

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**Análisis del discurso político y periodístico sobre los proyectos
de ley del aborto, divorcio y matrimonio homosexual**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Antonio Ramos Arroyo

Director

Jesús Díaz del Campo Lozano

Madrid, 2018



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN
ORTEGA Y GASSET

PROBLEMAS CONTEMPORÁNEOS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Tesis Doctoral

**ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO Y PERIODÍSTICO SOBRE LOS
PROYECTOS DE LEY DEL ABORTO, DIVORCIO Y MATRIMONIO
HOMOSEXUAL**

ANTONIO RAMOS ARROYO

Director de la Tesis

**DR. JESÚS DÍAZ DEL CAMPO LOZANO
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA**

Madrid, 2016

A mis padres

Quiero agradecer a Jesús Díaz del Campo Lozano su apuesta por mi proyecto, su compromiso, su trabajo y su comprensión. Sin él no hubiera sido posible. Jesús me tendió la mano y me ofreció su ayuda cuando más la necesitaba. Entendió mi situación, aceptó mis contratiempos laborales y esbozó un plan de estudio para desarrollar este texto. Fruto de ello hemos logrado construir esta tesis doctoral, resultado de una ilusión personal, que ha supuesto un gran reto y que refleja la vocación académica y el buen hacer del profesor Díaz del Campo. Siempre le estaré agradecido por su colaboración, por todo lo que me ha enseñado en el ámbito científico y, sobre todo, por todo lo que he aprendido de él en el aspecto humano.

ÍNDICE GENERAL

	Página
RESUMEN (en español)	17
RESUMEN (en inglés)	22
CAPÍTULO 1. Introducción	
1.1 Tema	27
1.2. Justificación	27
1.3. Proyectos de ley analizados	28
1.4. Enfoque conceptual	29
1.5. Metodología de la investigación	31
1.6. Objetivos e hipótesis	32
1.7. Las variables de la investigación	33
1.8. Estado de la cuestión	34
1.8.1 <i>Framing</i>	35
1.8.2 El <i>framing</i> en otros ámbitos	38
1.8.3 <i>Framing</i> y aborto	41
1.8.4 Los medios y el poder de los <i>stakeholders</i>	44
1.8.5 El matrimonio homosexual: La realidad bajo el poder de la comunicación	45
1.8.6 El divorcio, bajo la sombra de la familia y del matrimonio	46
CAPÍTULO 2. La teoría de los marcos	
Introducción	48
2.1. La mediación periodística	50
2.1.1 Dimensiones de control	51
2.1.2 Las respuestas de los medios ante los intentos de control político	53

2.1.3 Otros colectivos con un protagonismo creciente en la escena política	55
2.2. La aproximación a la teoría de la <i>agenda-setting</i>	57
2.2.1 Las fases de la <i>agenda-setting</i>	58
2.2.2 La agenda mediática y movimientos sociales	59
2.2.3 La canalización o tematización de la teoría	61
2.2.4 La construcción de las agendas de los medios	64
2.2.5 Los tipos o niveles de "agenda"	66
2.2.6 Los modos de canalizar	67
2.2.7 La proximidad entre las teorías del <i>framing</i> y la <i>agenda-setting</i>	68
2.3. Definición de marco o <i>frame</i>	70
2.4. La objetividad periodística	81
2.5. Los paradigmas del <i>framing</i>	84
2.5.1 El cognitivo	84
2.5.2 La perspectiva crítica.....	88
2.5.3 La postura construccionista.....	92
2.6. La síntesis paradigmática	96
2.7. La localización de los marcos	99
2.8. La identificación de los marcos.....	100
2.9. El marco como variable dependiente o independiente.....	102
2.9.1 Los marcos mediáticos como variables dependientes	103
2.9.2 Los marcos mediáticos como variables independientes	103
2.9.3 Los marcos individuales como variables dependientes	104
2.9.4 Los marcos individuales como variables independientes	104
2.10. Los modelos de enmarcado	105
2.10.1 El modelo de proceso de enmarcado de Scheufele	105
2.10.2 La construcción de los marcos (" <i>Frame building</i> ")	107

2.10.3 El establecimiento de marcos (“ <i>Frame setting</i> ”)	109
2.11. Los marcos informativos identificados	110
2.11.1 El enfoque inductivo.....	110
2.11.2 El enfoque deductivo	110
2.11.3 Los métodos de análisis	111
2.11.4 El paradigma de la protesta.....	113
2.11.5 El marco de interés humano	114
2.11.6 Los marcos de conflicto y de consecuencias económicas	114
2.11.7 El marco moral.....	115
2.11.8 El marco de la responsabilidad	116
2.12. Uso del <i>framing</i>	116

CAPÍTULO 3. Géneros periodísticos

Introducción.....	118
3.1. Definición de género periodístico	120
3.2. Clasificación y evolución de los géneros periodísticos.....	121
3.3. Importancia de los géneros periodísticos en la actividad informativa	124
3.4. El editorial	125
3.4.1 Funciones del editorial.....	127
3.4.2 Identidad del medio	129
3.4.3 Influencias en la opinión de un medio	130
3.4.4 El editorial y la actualidad informativa	132
3.4.5 Tipos de editorial.....	133
3.5. Géneros informativos	136
3.5.1 La noticia	136
3.5.2 El reportaje objetivo	139

3.5.2.1 Funciones y características del reportaje	141
3.6. Géneros interpretativos.....	141
3.6.1 Reportaje interpretativo	141
3.6.2 La crónica	142
3.6.3 Diferencias entre la crónica y el reportaje	145
3.7. El comentario y la opinión: otros géneros	145
3.7.1 La columna.....	145
3.7.1.1 La columna como arte	147
3.7.1.2 Tipos de columnas.....	148
3.7.1.3 Pluralidad en la opinión del medio	149
3.7.2 El artículo.....	150
3.8. La entrevista.....	151
3.9. Información gráfica	154
3.9.1 Fotografía periodística	154
3.9.1.1 Códigos icónicos	156
3.9.1.2 Características de la fotografía.....	157
3.9.1.3 Relación entre imagen y poder.....	158
3.9.2 Viñeta o humor gráfico	158
3.9.2.1 Consideración de las viñetas como género periodístico	160
3.10. Ubicación de los contenidos en la prensa	162

CAPÍTULO 4. Aborto, divorcio y matrimonio homosexual en España

Introducción.....	165
4.1. La legalización del divorcio (1981)	166
4.2. La segunda legislación sobre el divorcio (2005)	170
4.3. La ley del matrimonio homosexual (2005).....	172

4.3.1 La coincidencia temporal de las leyes del divorcio <i>exprés</i> y el matrimonio homosexual	174
4.4. La primera legislación sobre el aborto (1983)	174
4.5. La segunda legislación del aborto (2009)	176
4.6. La tercera legislación sobre el aborto (2014)	178
4.7. La cuarta legislación sobre el aborto (2015)	180

CAPÍTULO 5. Periódicos analizados

Introducción	182
5.1. <i>ABC</i>	184
5.1.1 Los principios editoriales	184
5.1.2 <i>ABC</i> y su posición en el panorama socio-político	185
5.1.3 <i>ABC</i> y los primeros gobiernos de la etapa democrática	186
5.1.4 Ansón y el relanzamiento de los principios del periódico	188
5.1.5 La apuesta por la fotografía	189
5.1.6 El carácter “vanguardista” de <i>ABC</i>	190
5.2. <i>El País</i> , un diario autodenominado plural y con vocación democrática	192
5.2.1 Los principios editoriales	193
5.2.2 El libro de estilo	194
5.2.3 <i>El País</i> : Un diario nacido tras el periodo franquista	195
5.2.4 El papel de <i>El País</i> con los primeros gobiernos democráticos	196
5.2.5 La posición de <i>El País</i> sobre el aborto y el divorcio	198
5.2.6 La confrontación con los gobiernos de Aznar, R. Zapatero y Rajoy	199
5.2.7 La incertidumbre en la plantilla y los cambios en el periódico	200
5.2.8 Los cambios en el periodismo escrito	201
5.3. Comparación entre <i>ABC</i> y <i>El País</i>	203
5.4. La “guerra” entre <i>El País</i> y <i>ABC</i>	204

5.5. La difusión de <i>El País</i> y <i>ABC</i>	205
---	-----

CAPÍTULO 6. Metodología de la investigación

Introducción.....	208
6.1. Análisis de contenido	209
6.2. Modelo de análisis de contenido adoptado.....	211
6.2.1 Unidades de análisis	212
6.3. Población y muestra del análisis	216
6.4. Géneros periodísticos empleados y otros textos en prensa	217
6.5. Definición de la muestra de estudio	218
6.6. Categorización	220
6.7. Libro de códigos.....	221
6.8. Grupos de análisis	227

CAPÍTULO 7. Resultados

Introducción.....	229
7.1. Datos generales	230
7.2. Ubicación.....	245
7.3. Secciones	253
7.4. Declaraciones.....	257
7.5. Posicionamiento	266
7.6. <i>Frames</i>	291

CONCLUSIONES	310
---------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	319
---------------------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Proyectos de ley y fecha de aprobación	28
Tabla 1.2. Las variables de la investigación.....	34
Tabla 2.1. Dimensiones de control	52
Tabla 5.1. Tirada y difusión de <i>ABC</i> y <i>El País</i> en los periodos de tramitación parlamentaria de las leyes	206
Tabla 6.1. Unidades de análisis	213
Tabla 6.2. Selección de proyectos de ley y fechas de aprobación	218
Tabla 6.3. Periodos de análisis	219
Tabla 6.4. Renombramiento de legislaciones	224
Tabla 7.1. Unidades de contexto y de registro	231
Tabla 7.2. Editoriales	232
Tabla 7.3. Tipo de editoriales	233
Tabla 7.4. Columnas	234
Tabla 7.5. Artículos.....	235
Tabla 7.6. Noticias	236
Tabla 7.7. Crónicas	237
Tabla 7.8. Entrevistas.....	238
Tabla 7.9. Imágenes	239
Tabla 7.10. Distribución de imágenes	240
Tabla 7.11. Análisis pre-iconográfico de fotografías.....	241
Tabla 7.12. Análisis iconográfico de las fotografías.....	242
Tabla 7.13. Análisis iconológico en función del suceso	243
Tabla 7.14. Análisis iconológico en función del protagonista de la fotografía	244
Tabla 7.15. Análisis de la ubicación de cada unidad de registro	246
Tabla 7.16. Ubicación de los géneros informativos y mixtos	247
Tabla 7.17. Ubicación en la que se encuentran los editoriales	248

Tabla 7.18. Ubicación en la que se encuentran las columnas	249
Tabla 7.19. Ubicación en la que se encuentran los artículos	250
Tabla 7.20. Ubicación en la que se encuentran las fotografías.....	251
Tabla 7.21. Ubicación en la que se encuentran los grafismos	252
Tabla 7.22. Ubicación en la que se encuentran las viñetas	253
Tabla 7.23. Localización de cada género en la sección de Nacional	254
Tabla 7.24. Localización de cada género en la sección de Internacional.....	255
Tabla 7.25. Tabla de localización de cada género en la sección de Sociedad.....	256
Tabla 7.26. Localización de cada género en la sección de Religión.....	257
Tabla 7.27. Declaraciones sobre la primera ley aborto	259
Tabla 7.28. Declaraciones sobre la segunda ley del aborto.....	260
Tabla 7.29. Declaraciones sobre la tercera ley del aborto.....	261
Tabla 7.30. Declaraciones sobre la cuarta ley del aborto.....	262
Tabla 7.31. Declaraciones sobre la primera ley del divorcio	263
Tabla 7.32. Declaraciones sobre la segunda ley del divorcio.....	264
Tabla 7.33. Declaraciones sobre la ley de matrimonio homosexual.....	265
Tabla 7.34. Posicionamiento de los editoriales	267
Tabla 7.35. Posicionamiento de las columnas	268
Tabla 7.36. Posicionamiento de los artículos	269
Tabla 7.37. Posicionamiento de los grafismos	270
Tabla 7.38. Posicionamiento de las viñetas	271
Tabla 7.39. Posicionamiento de las fotografías	272
Tabla 7.40. Posicionamiento de la ubicación según la portada	273
Tabla 7.41. Posicionamiento de la ubicación según las páginas pares	274
Tabla 7.42. Posicionamiento de la ubicación según las páginas impares	275
Tabla 7.43. Posicionamiento de la ubicación según la contraportada	276

Tabla 7.44. Posicionamiento de la fuente número 2	283
Tabla 7.45. Posicionamiento de la fuente número 3	283
Tabla 7.46. Posicionamiento de la fuente número 12	290
Tabla 7.47. Posicionamiento de la fuente número 14	290
Tabla 7.48. Tabla de posicionamiento de la fuente número 22	290
Tabla 7.49. Tipos de encuadres	292
Tabla 7.50. Clasificación de encuadres por tipos de editoriales	296
Tabla 7.51. Clasificación de encuadres por tipos de columnas	298
Tabla 7.52. Clasificación de encuadres por tipos de artículos.....	299
Tabla 7.53. Clasificación de encuadres en función de la ubicación en el grupo 3	300
Tabla 7.54. Clasificación de encuadres en función de la ubicación en el grupo 6	301
Tabla 7.55. Clasificación de encuadres según la ubicación en el grupo 13	301
Tabla 7.56. Tipo específico de cada encuadre según las fuentes.....	308

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1. Principales elementos del proceso de la <i>agenda-setting</i>	66
Gráfico 2.2. Modelo de enmarcado de Scheufele	106
Gráfico 6.1. Modelos de relaciones	212
Gráfico 7.1. Número total de declaraciones recogidas en el análisis.....	258
Gráfico 7.2. Declaraciones de los líderes políticos.....	266
Gráfico 7.3. Posicionamiento según el género de la noticia.....	277
Gráfico 7.4. Posicionamiento según el género de la crónica.....	278
Gráfico 7.5. Posicionamiento según el género de la entrevista	279
Gráfico 7.6. Posicionamiento de los grupos según las declaraciones recogidas	280
Gráfico 7.7. Posicionamiento de cada fuente	281
Gráfico 7.8. Posicionamiento de la fuente número 1	282

Gráfico 7.9. Posicionamiento de la fuente número 4.....	284
Gráfico 7.10. Posicionamiento de la fuente número 5.....	285
Gráfico 7.11. Posicionamiento de la fuente número 7.....	286
Gráfico 7.12. Posicionamiento de la fuente número 8.....	287
Gráfico 7.13. Posicionamiento de la fuente número 9.....	288
Gráfico 7.14. Posicionamiento de la fuente número 1.....	289
Gráfico 7.15. Total de encuadres por grupos.....	293
Gráfico 7.16. <i>Frames</i> por característica propia de cada tipo de encuadre	294
Gráfico 7.17. Clasificación por tipos de encuadres	295
Gráfico 7.18. Clasificación de encuadres en función de la noticia	302
Gráfico 7.19. Clasificación de encuadres en función de la crónica	303
Gráfico 7.20. Clasificación de encuadres en función de la entrevista	304
Gráfico 7.21. Clasificación de encuadres en función de las fotografías	305
Gráfico 7.22. Clasificación de encuadres en función del grafismo	306
Gráfico 7.23. Clasificación de encuadres en función de las viñetas	307
Gráfico 7.24. Clasificación de frames por líderes políticos	309

ÍNDICE DE SIGLAS DE PARTIDOS POLÍTICOS

- PSOE: Partido Socialista Obrero Español
- AP: Alianza Popular
- PP: Partido Popular
- PCE: Partido Comunista de
- IU: Izquierda Comunista de España
- PNV: Partido Nacionalista Vasco
- UCD: Unión de Centro Democrático
- CDS: Centro Democrático y Social
- CiU: Convergència i Unió
- BNG: Bloque Nacionalista Galego
- CDC: Convergencia Democràtica de Catalunya
- UDC: Unió Democràtica de Catalunya
- ERC: Esquerra Republicana de Catalunya
- CC: Coalición Canaria
- UPN: Unión del Pueblo Navarro
- UPyD: Unión, Progreso y Democracia

ÍNDICE DE PROYECTOS Y ANTEPROYECTOS DE LEY

ANALIZADOS

- Primera ley del aborto: Proyecto de Ley de Despenalización Parcial del Aborto (aprobado el 6/10/1983).
- Segunda ley del aborto: Proyecto de Ley Orgánica de Salud Sexual e interrupción Voluntaria del Embarazo (aprobado el 17/12/2009).
- Tercera ley del aborto: Anteproyecto de Ley Orgánica de protección de la vida del concebido y derechos de la mujer embarazada (fecha de retirada del anteproyecto: 23/9/2014).
- Cuarta ley del aborto: Proposición de Ley Orgánica para reforzar la protección de las menores y mujeres con capacidad modificada judicialmente en la interrupción voluntaria del embarazo (aprobado el 17/7/2015).
- Primera ley del divorcio: Proyecto de Ley del Divorcio (aprobado el 22/6/1981).
- Segunda ley del divorcio: Proyecto de Ley por la que se modifica el Código Civil en Materia de Derecho a Contraer Matrimonio (aprobado el 21/4/2005).
- Ley del matrimonio homosexual: Proyecto de Ley por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en Materia de Separación y Divorcio (aprobado el 21/4/2005).

RESUMEN (en español)

Análisis del discurso político y periodístico sobre los proyectos de ley del aborto, divorcio y matrimonio homosexual

Esta tesis doctoral revisa el discurso de los medios de comunicación, gobiernos y partidos y líderes políticos acerca de las diversas iniciativas parlamentarias que se han debatido en España sobre el aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual en el actual periodo democrático.

Consideramos que los asuntos que centran este estudio han marcado una serie de problemas y enfrentamientos de gran importancia en partidos políticos, medios de comunicación y en sectores de la sociedad española a lo largo del periodo histórico que hemos revisado, que comienza con el inicio de la democracia instaurada con la Constitución de 1978 y finaliza en 2015.

Las cuestiones que hemos sometido a análisis en esta investigación tienen que ver con los usos que políticos, actores sociales y periodistas hacen del lenguaje con el fin de defender sus iniciativas parlamentarias, para combatirlos o para desacreditarlos ante la opinión pública.

Para desarrollar esta revisión nos hemos basado en la teoría de los marcos o del *framing*, que analiza la forma en la que se presenta un texto periodístico a su audiencia, la contextualización en los medios de comunicación y los argumentos dialécticos de los partidos políticos.

Nuestro objetivo general es analizar cómo ha recogido la prensa española la controversia que ha surgido acerca del aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual. Para ello, hemos analizado el tratamiento periodístico que han dado los medios a las diferentes posturas de políticos, grupos sociales e institucionales a través de las declaraciones recogidas sobre los mismos. Por otro lado, hemos revisado los argumentos sobre estos temas de cargos públicos, partidos e instituciones, como el Partido Popular (PP), el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) o la Iglesia católica, entre otros.

Hemos optado por analizar los proyectos de ley de las legislaciones que estudiamos, aprovechando que esta fase de elaboración de una ley requiere un proceso parlamentario idóneo para extraer toda la información que necesitamos de los medios, de los políticos y grupos sociales.

Las palabras han sido elementos clave para el estudio porque, siguiendo a Saussure¹, no suponen términos aislados, sino que todas dependen del resto del discurso para ser entendidas. Es decir, que la importancia del contexto es fundamental para lograr captar un mensaje.

Tras el capítulo de introducción, en el segundo hacemos una revisión de los orígenes, la evolución y la forma en la que repercute el *framing* en los lectores de prensa. Gracias a esta teoría, hemos estudiado la relación entre las élites del poder político y social con los medios, debido a los intereses de ambas partes, que hace que en ocasiones se minimice un asunto periodístico o, por el contrario, se maximice o se dirija hacia un aspecto concreto. Pero hay que destacar que la ciudadanía cada vez tiene mayor peso social, lo que repercute en mayor o menor medida en los medios de comunicación.

El capítulo parte de una revisión de la *agenda-setting*, que es la teoría que estudia el procedimiento por el que se seleccionan determinados temas en la prensa y quién marca los contenidos que aparecen en un diario. Para muchos autores, esta teoría es la antesala de la del *framing*.

Con el fin de entender el *framing* desde una perspectiva global, en este capítulo analizamos diversas aportaciones de varios autores acerca de esta teoría y ponemos en valor el peso de la cultura en la creación de marcos o *frames*, tanto a la hora de escribir una noticia como de entenderla.

Para analizar los textos periodísticos que sometemos a análisis, hemos desarrollado la propuesta de De Vreese, Peter y Semetko² sobre un conjunto de marcos genéricos (*generic frames*) que se pueden aplicar a cualquier texto informativo, sea cual sea la temática en la que se centra.

¹ SAUSSURE, F. (1959): *Course in General Linguistics*, Mc Graw-Hill, New York, 166-168.

² DE VREESE, C., PETER, J., y SEMETKO H. (2001): Framing politics at the launch of the euro: a cross national comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18, 107-122.

En el siguiente capítulo hacemos una revisión sobre los géneros periodísticos: sus características, la importancia que tienen dentro del periódico y la vinculación que hay entre ellos.

No existe unanimidad sobre cuántos géneros periodísticos hay. La existencia de los considerados como géneros puros y la aparición a lo largo del tiempo de otros que han ido adquiriendo mayor peso con el tiempo fomentan las discrepancias entre los autores. Por eso, nosotros hemos adoptado como referencia la aportada por Martínez Albertos³, quien diferencia los informativos (la noticia y el reportaje objetivo), los interpretativos (el reportaje interpretativo y la crónica) y el comentario y la opinión (la columna y el artículo). También hemos recogido en este capítulo la información gráfica de los periódicos porque aportan datos adicionales a lo que ofrecen los textos.

Hemos hecho un inciso especial en el género editorial por la relevancia que tiene como pieza clave de la prensa y, por lo tanto, como herramienta fundamental para conocer la opinión de los medios impresos de las leyes que analizamos. La ubicación de los contenidos dentro del periódico es un factor que también hemos analizado por las connotaciones que tiene. Consideramos que para valorar el contenido de un periódico es necesario evaluar la localización de los textos o imágenes.

En otro de los capítulos desgranamos las principales características de las leyes que son objeto de análisis de la tesis. Lo hacemos de la manera más objetiva posible y huyendo de cualquier tipo de definición subjetiva, sin interpretar los textos. Los proyectos de ley que hemos sometido a análisis son los dos del divorcio, el del matrimonio homosexual y tres referidas al aborto, más otro anteproyecto de ley de éste último asunto.

Todas estas normativas han sido tramitadas en el Congreso de los Diputados. Asimismo, hemos dedicado otro capítulo a describir las características generales que definen a los diarios que analizamos en la tesis doctoral, que son *El País* y *ABC*, dos periódicos nacidos en épocas distintas y con principios distintos. Por lo tanto, hemos considerado que son dos contrapesos adecuados para desarrollar la investigación.

Posteriormente hemos descrito en un capítulo el modelo de análisis empleado, que es el análisis de contenido, gracias al cual podemos realizar un estudio de las diversas leyes

³ MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (1998): *Curso general de redacción periodística*, Paraninfo, Madrid.

que incluimos en la tesis a través de una combinación de la técnica cuantitativa y la cualitativa basada en la formulación de unos patrones aplicables a todos los textos.

Gracias al análisis de contenido podemos contextualizar los datos, lo que nos permite catalogar todos los textos periodísticos en los marcos genéricos a los que anteriormente nos hemos referido⁴. Además, hemos especificado diversos modelos específicos de *frames* dentro de cada encuadre genérico.

El contenido periodístico que hemos sometido a análisis es fruto de un conjunto de pautas relacionadas con la permanencia temporal durante todo el periodo de estudio, con la facilidad para obtener el propio material y con el poder del modelo de comunicación elegido (la prensa escrita) a la hora de transmitir sus mensajes. El modelo de análisis de contenido que hemos planteado ha sido contrastado a través de un pretest que confirmó la validez científica de la metodología utilizada en esta tesis doctoral.

Respecto al capítulo de resultados, debido al gran volumen de datos que hemos manejado, hemos tenido que seleccionar aquellos que, según el análisis realizado, responden a los objetivos e hipótesis planteadas en la tesis doctoral. Estos resultados se presentan en este estudio de la forma más aséptica posible, evitando entrar en valoraciones y opiniones.

Finalmente, en las conclusiones de la tesis hemos realizado una serie de afirmaciones basándonos en los datos obtenidos, en los que se corrobora que el conflicto que hay en España entre una corriente vinculada al catolicismo y otra alejada del ámbito religioso no se corresponde siempre con la derecha y la izquierda española, respectivamente.

Asimismo, hemos comprobado que *ABC* no tuvo una opinión editorial clara respecto a la primera ley del divorcio, la normativa impulsada por la Unión de Centro Democrático (UCD) de Adolfo Suárez que provocó graves fricciones en este partido y que costó el puesto al presidente del Gobierno. Esta ley fue la primera que se aprobó de todas las que se han incluido en el estudio y generó muchas desavenencias tanto en la derecha política –a través de los conflictos internos del partido que la impulsó- y mediática –sin mostrar claramente al lector su postura al respecto-.

⁴ SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M. (2000): Framing European politics: a content analysis of press and television news, *Journal of Communication*, 2, (50) p. 93-109.

Por otro lado, los medios no se hicieron eco de la aprobación la segunda ley del divorcio a pesar de los importantes cambios técnicos que supuso la normativa, que modificaba de manera importante el concepto de la ruptura matrimonial en nuestro país. En la misma fecha que se impulsó esta legislación, también se aprobó el matrimonio homosexual en España y se produjo la muerte del Papa Juan Pablo II, dos hechos con una enorme repercusión mediática.

Respecto a la ley del matrimonio homosexual, hemos comprobado que tuvo una carga de información y de opinión muy elevada en España y sirvió para mostrar las posturas encontradas de las dos subculturas enfrentadas. Sin embargo, esta normativa venía precedida del histórico enfrentamiento entre conservadores y progresistas que se había producido en los años de democracia precedentes.

Esta tesis también corrobora que, a pesar de que *El País* muestra una firme defensa de su identidad política, por encima de partidos y personalidades políticas, en realidad no es así, ya que está estrechamente vinculado al PSOE, no a la izquierda española. *ABC* presenta un contenido periodístico más encaminado en la línea de la derecha española de cada momento que en la línea concreta de un partido político.

Además, hemos comprobado el papel clave de los *frames* en el ámbito político, ya que el uso de marcos permite dirigir hacia caminos muy dispares la controversia con las diversas leyes. En el caso de la tramitación parlamentaria del aborto, ninguno de los diarios ha cumplido con la función que debe tener el género editorial ni, en general, con la función de opinión de la prensa, por la ambigüedad de sus posturas.

Otro aspecto que destacamos es la escasa presencia en la prensa de opinión sobre los colectivos profesionales implicados o afectados por las tramitaciones que analizamos, aunque, sin embargo, sí sirven como herramienta con la que argumentar las posturas editoriales de los medios.

Acerca del uso de la imagen, hemos comprobado que la fotografía tiene un especial significado para *ABC* porque informa de aquello que no cuentan sus textos. Este diario no se define claramente sobre varios de los asuntos que se tratan en el análisis, mostrando una postura confusa o casi inexistente en varias de estas leyes, si bien es cierto que emplea habitualmente fotografías con gran carga simbólica.

RESUMEN (en inglés)

Analysis of the political and media treatment of abortion, divorce and homosexual marriage draft laws

This doctoral thesis looks into the media, governments, political leaders and political parties' treatment of the different parliamentary initiatives on abortion, divorce and homosexual marriage discussed in Spain throughout the current democratic era.

We believe that the topics this investigation looks into have drawn forth some very important problems and clashes among political parties, the media and some sectors of Spanish society throughout the historical span we have looked over, which starts with the 1978 Constitution enactment and the beginning of the current democratic era and finishes in 2015.

In this investigation, we have analyzed how politicians, journalists and social agents use the language to support parliamentary initiatives, refute them or discredit them in the eyes of public opinion.

To carry out this research, we have relied on the framing theory, which analyzes the way a journalistic article is shown to the audience, the contextualization in the media and the political parties' dialectical claims.

Our general purpose is to analyze how the Spanish Press has reported the controversy that abortion, divorce and homosexual marriage have aroused. To this effect, we have analyzed the media treatment of politicians and institutional and social groups' different views, by studying their published statements. On the other hand, we have looked into public officials, political parties and institutions' views on these topics, such as the Popular Party (PP), the Spanish Labour Socialist Party (PSOE, in its Spanish acronym), the Catholic Church and others.

We have chosen to analyze the draft laws regarding the subjects we are studying because as long as the drafting process is going on in the Parliament, it is easier for us to get the information we need from the media, politicians and social groups.

Words have been a key factor throughout this research, even if, according to Saussure⁵, they are not isolated elements, but they all depend on the rest of the speech to be understood. Therefore, the importance of context is essential to get to understand a message.

After an introductory first chapter, in the second one we look into the origin and the evolution of the framing theory, and the way it influences the newspapers readers. Using this theory, we have studied the relationship between the political and social power elites and the media. Due to both sides' interests, some news are sometimes played down and some other news are conversely played up or only partially addressed. But it is noteworthy that citizens' social relevance is becoming bigger, influencing the media to a greater or lesser extent.

This chapter starts looking over the agenda-setting theory, which studies the process to select particular topics in the press and who chooses the themes a newspaper covers. Most authors agree that this theory is the gateway to the framing one.

In order to get an overall understanding of framing, in this chapter we analyze several contributions from different authors on this theory, highlighting the importance of culture when creating frames, both while writing news and when understanding them.

In order to analyze the press texts we have dealt with, we have developed the De Vreese, Peter and Semetko's⁶ approach about a set of generic frames applicable to any informative text, irrespective of what it is about.

In the next chapter, we go over journalistic genres, their features, their relevance in the newspaper as a whole and the way they link to one another.

How many journalistic genres actually exist is a question without a unanimous answer. Some genres are considered pure ones, but other genres have appeared and become more and more relevant over time, thereby fostering discrepancies among authors. Due to this problem, our chosen reference is Martínez Albertos⁷, who classifies genres into

⁵ SAUSSURE, F. (1959): *Course in General Linguistics*, Mc Graw-Hill, New York, 166-168.

⁶ DE VREESE, C., PETER, J., and SEMETKO H. (2001): Framing politics at the launch of the euro: a cross national comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18, 107-122.

⁷ MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (1998): *Curso general de redacción periodística*, Paraninfo, Madrid.

informative (news and objective story), interpretative (chronicle and interpretative report) and commentary and opinion (column and article). We have also included the graphic information in the newspapers in this chapter, as it adds details to the data in the texts.

Particular emphasis has been placed on the editorial genre because of its prominence as a key factor in the press and, consequently, as an essential tool to know the opinion of the print media about the laws we are analyzing. The placement of the information inside the newspapers has also been analyzed due to its implications. We believe that assessing the texts and pictures location is necessary to evaluate the newspaper content.

In a forward chapter, the main features of the laws analyzed in this thesis are detailed. We carry it out as objectively as possible, avoiding any subjective definition or text interpretation. We have analyzed the two divorce draft laws, the homosexual marriage draft law and three draft laws on abortion, in addition to another preliminary bill dealing with this last subject.

All of these regulations have been discussed at the Spanish Parliament. We have also devoted a chapter to the description of the main features defining the newspapers analyzed in the doctoral thesis, *El País* and *ABC*, two newspapers which were born at different time periods and having different principles. That is why we believe they adequately balance the investigation development.

Later on, a chapter describes the analysis model we have used, that is, the content analysis. Thanks to this model, a study of the different laws we are including in this thesis can be carried out, by means of a combination of quantitative and qualitative techniques, based on the formulation of some patterns applicable to any text.

Using the context analysis, the data can be contextualized, and thereby we are able to catalogue every journalistic text into the generic frames we have previously talked about⁸. Furthermore, we have spelt out different particular frame models for every generic frame.

⁸ SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M. (2000): Framing European politics: a content analysis of press and television news, *Journal of Communication*, 2, (50) p. 93-109.

The journalistic content we have analyzed has been chosen having into account a set of patterns, such as its continued appearance throughout the whole span of time being studied, its accessibility and the chosen media (the print press) strength to convey messages. Our content analysis model was put to the test by means of a pre-test. The scientific soundness of the methods used along this doctoral thesis was validated.

Regarding the results chapter, we got a great volume of data, and after being analyzed, we had to pick out the data being relevant to the doctoral thesis goals and hypotheses. The results in this research are displayed as barely as possible, without judging or expressing opinions.

Finally, some statements have been made in the conclusion chapter in this thesis, based on the collected data. They confirm that the existing conflict between a social trend closely linked to Catholicism and another trend which stands aloof from the religious realm does not necessarily match the discrepancy between the Spanish right-wing and left-wing respectively.

We have also verified that *ABC* editorial line regarding the first divorce law was not clear. This law was passed by Adolfo Suárez's political party, the Democratic Centre Union (UCD, in its Spanish acronym). That sparked serious clashes within the party, and the President of the Spanish Government was forced to resign. The divorce law was the first of the laws included in this investigation which was passed. It caused many rifts both within the political right-wing –the party which promoted the law's inner conflict– and within the media –newspapers did not clearly take sides–.

On the other hand, the media did not echo the passing of the second divorce law, despite important technical changes in this new regulation, which greatly modified the marriage dissolution framework in our country. The passing of the homosexual marriage law and the demise of Pope John Paul II also happened at that time. These two events did have an extraordinary media attention.

With respect to the homosexual marriage law, our research shows that the amount of information and opinions was very vast, and it revealed the opposed views of the two warring subcultures. Nevertheless, this regulation was preceded by the historic

confrontation between conservatives and progressives during the previous democratic years.

This thesis also confirms that *El País* tries to firmly defend its editorial independence, dissociating itself from any political party or actor, but this alleged independence is false, since the newspaper is closely related to PSOE, while not related to the left-wing as a whole. On the contrary, *ABC* journalistic content looks closer to the general right-wing views than close to any particular party views.

We have also checked the key role frames play in politics. Controversies over different laws can be addressed in one way or another by using frames. With regard to the parliamentary processing of the abortion law, no newspaper has fulfilled the editorial genre role or, in general, the Press opinion role, due to continued ambiguous stances.

We also highlight that the opinions of the professional circles concerned by the draft laws we are analyzing are scarcely present in the print media, even although the media editorial texts claim to defend them.

Regarding the use of pictures, our investigation reveals that photography is particularly significant for *ABC*, because images show what is veiled in its texts. This newspaper does not clarify its view on some of the topics we have analyzed, being irresolute or almost silent on these laws, while it is true that some deeply symbolic pictures are usually there.

CAPÍTULO 1

Introducción

1.1. Tema

Esta investigación analiza el discurso generado por medios de comunicación, gobierno, partidos y políticos en relación con los proyectos de ley que figuran en el título de la tesis doctoral.

En ella estudiamos, por tanto, las declaraciones de los políticos -recogidas a través de la cobertura de los periódicos- así como la opinión de la prensa sobre las tres leyes del aborto, la del matrimonio homosexual y las dos regulaciones del divorcio debatidas en el Parlamento durante el actual periodo democrático español.

El interés de este estudio radica en que los asuntos que centran nuestro análisis han marcado grandes controversias y enfrentamientos en partidos políticos, medios de comunicación y en sectores de la sociedad española en distintos momentos de la democracia instaurada con la Constitución de 1978. Queremos analizar cómo se presenta en los medios impresos españoles la información periodística sobre estos conflictos.

1.2. Justificación

Las iniciativas parlamentarias destinadas a despenalizar la práctica del aborto, a legalizar el matrimonio entre personas del mismo sexo y a regular el divorcio, han originado un debate en los partidos políticos, medios de comunicación y en diversas instituciones y colectivos, que han manifestado su opinión al respecto, dando lugar a diversas controversias cuyo interés es indiscutible desde el punto de vista académico.

La relevancia de ese debate se pone de manifiesto cuando pensamos que -en todos los casos analizados- se han enfrentado argumentos y argumentadores, y en dichos ataques podemos encontrar algo más que enunciados encomiásticos o derogatorios sobre los

supuestos que pretendían regular esas iniciativas gubernamentales: pensamos que, tras esos enunciados, hay conflictos que nos urge conocer, porque desde ellos se han construido los enunciados y los mensajes de unos y otros.

Por lo tanto, las discrepancias sobre estos temas a lo largo del periodo democrático generan la relevancia que justifica este análisis.

1.3. Proyectos de ley analizados

Los proyectos de ley que hemos sometido a análisis son los siguientes:

Tabla 1.1. Proyectos de ley y fecha de aprobación.

Proyectos	Fecha
Proyecto de Ley de Despenalización Parcial del Aborto	6 de octubre de 1983
Proyecto de Ley Orgánica de Salud Sexual e interrupción Voluntaria del Embarazo	17 de diciembre de 2009
Anteproyecto de Ley Orgánica para la Protección de la Vida del Concebido y de los Derechos de la Mujer Embarazada	23 de septiembre de 2014 (Fecha de retirada de la ley)
Proposición de Ley Orgánica para reforzar la protección de las menores y mujeres con capacidad modificada judicialmente en la interrupción voluntaria del embarazo.	17 de julio de 2015
Proyecto de Ley del Divorcio	22 de junio de 1981
Proyecto de Ley por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en Materia de Separación y Divorcio	21 de abril de 2005
Proyecto de Ley por la que se modifica el Código Civil en Materia de Derecho a Contraer Matrimonio	21 de abril de 2005

Fuente: Elaboración propia

Hemos marcado como referente el estudio de los proyectos de ley de los diversos asuntos analizados -al igual que han hecho otros estudios precedentes¹- porque recogen el periodo de elaboración de la ley en el que se establecen posturas, se debate y se negocia en las Comisiones Legislativas y en el Pleno del Congreso de los Diputados las materias que sometemos a análisis, según marca el artículo 75 de la Constitución española de 1978².

No obstante, en el caso de la primera iniciativa parlamentaria del Gobierno de Mariano Rajoy sobre el aborto, hemos analizado el anteproyecto de ley que se presentó al Congreso al haberse retirado esta iniciativa en dicha fase de tramitación³. La última ley del aborto se presentó en la Cámara Baja como proposición de ley, por lo que hemos incluido dicha iniciativa.

1.4. Enfoque conceptual

Los asuntos que sometemos a escrutinio en esta investigación tienen que ver con el lenguaje, y con los usos que políticos y periodistas hacen del lenguaje, ya sea para defender y justificar sus iniciativas parlamentarias, o para combatirlas o desacreditarlas ante la opinión pública. En definitiva, estamos ante una serie de enunciados detrás de los cuales podemos encontrar grandes patrones de argumentación.

El lenguaje que emplea un periódico, o determinadas palabras que frecuenta en la cobertura que realiza sobre la despenalización del aborto, sobre la controversia del matrimonio homosexual o del divorcio –tanto en el tratamiento de las noticias como en sus editoriales y artículos de opinión-, marca la línea que dicho periódico sigue para dar su visión sobre el tema.

¹ RODRÍGUEZ, C. (2008): Tratamiento periodístico de las “células madre” desde la perspectiva del *Framing*. El País y ABC (1996-2006), *Doxa comunicación*, 7, 165-171.

ZURITA, U. (2015): La violencia escolar desde los medios de comunicación y el poder legislativo en México. *Revista Sophia*, v.11 (1), 81-93.

² “Constitución española de 1978”. Disponible en:

<http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=66&fin=80&tipo=2>

³ “Rajoy confirma la retirada de la ley del aborto por falta de consenso”, EL PAÍS, 2014. Disponible en:

http://politica.elpais.com/politica/2014/09/23/actualidad/1411473129_685551.html

Lo mismo ocurre con las declaraciones de los políticos recogidas en los medios. Son fragmentos de sus discursos en el Parlamento con los que ellos defienden sus posturas y que los medios de comunicación seleccionan en función de su línea editorial.

Las palabras no suponen términos aislados: todas dependen del resto del discurso para ser entendidas. La importancia del contexto es fundamental para lograr captar un mensaje. En nuestro estudio partimos del supuesto de que los términos adquieren uno u otro significado dependiendo del contexto⁴. Aplicar esta idea al lenguaje político y, especialmente, al debate sobre la regulación del aborto, del divorcio, y a la legalización del matrimonio homosexual, nos puede descifrar algunas claves a la hora de analizar el enfrentamiento entre distintos actores sociales a propósito de las leyes a las que nos hemos referido.

A modo de ejemplo, diremos que en la tramitación de la segunda ley del aborto por el Congreso de los Diputados se ha suprimido la palabra “aborto”: la iniciativa parlamentaria adoptó el nombre de “Proyecto de ley por Ley Orgánica de Salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo”.

En nuestra investigación observaremos si la clase política y los medios analizados emplean la palabra ‘aborto’ para tratar las leyes que regulan esta práctica. Lo mismo ocurre con el ‘divorcio’ y el ‘matrimonio’. Siguiendo el principio de Lakoff⁵, de que cuando se quiere negar un marco, evocamos ese marco, hemos considerado que sí se han empleado dichos términos en multitud de ocasiones para hablar sobre la tramitación parlamentaria de estas iniciativas políticas.

Las versiones de la realidad que a diario hacen los periodistas en su trabajo, enmarcan las noticias y las diversas interpretaciones sobre la agenda mediática. Igualmente, hacen de la información una herramienta que nunca será aséptica, debido a que informar, en cierta medida, supone una reestructuración del mundo⁶. Y, para cargar de significado las palabras que emplean los medios y políticos en su defensa de las ideas que proclaman, se utilizan marcos. Gracias a ellos describimos los atributos de las noticias, que son

⁴ SAUSSURE, F. (1959): *Course in General Linguistics*, Mc Graw-Hill, New York, 166-168.

⁵ LAKOFF, G. (2004): *No pienses en un elefante*, Editorial Complutense, Madrid, p. 23.

⁶ SÁNCHEZ, J. J., y BERGANZA, M. R., (1999): *Framing en la prensa española: La información sobre la muerte y funeral de Diana de Gales*, *Comunicación y Sociedad*, 1, p. 138.

constituidos desde las palabras clave, metáforas, conceptos, símbolos e imágenes visuales enfatizadas en la narrativa de una noticia⁷.

1.5. Metodología de la investigación

La metodología es un recurso que vincula al sujeto cognoscente (investigador) con el objeto de la investigación (supuesto de estudio de la investigación), y -por lo tanto-, consiste en la descripción y la valoración de los métodos de investigación en relación con el asunto estudiado. Método evoca la idea de camino, es decir, hacia dónde nos encaminamos en relación con el objetivo propuesto, el camino que parece el más adecuado para obtener resultados satisfactorios, que deben traducirse en la obtención de un conocimiento que alivie o elimine la ignorancia que teníamos en el punto cero de la investigación.

En nuestra investigación hemos empleado una metodología mixta a través de un planteamiento deductivo, ya que aplicamos una teoría a los asuntos concretos adoptados (aborto, divorcio y matrimonio homosexual) como supuesto de estudio.

También hemos adoptado el método analítico por cuanto hemos procedido a la división o descomposición de un asunto complejo en elementos más simples, para así estudiarlos de manera sistemática.

En la siguiente fase, hemos empleado el método inductivo, que parte de datos particulares para llegar a conclusiones generales. Finalmente, hemos empleado el método sintético, que nos ha valido para reconstruir la unidad y la complejidad de lo que previamente habíamos dividido en sus partes más simples, logrando con ello una visión holística del fenómeno o proceso estudiado.

Por extensión, se ha dado en aplicar la palabra “método” al análisis de casos, y en esta investigación hemos adoptado el método de los casos, siendo catorce los casos contemplados para testar las hipótesis.

⁷ ENTMAN, R. (1991): Symposium *framing* US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of communication*, 41, 7.

Si el método es el conjunto de etapas que ha cumplimentado el investigador para sentar las bases de la investigación, la técnica es el conjunto de recursos con los que se formaliza y desarrolla el método. Y la técnica que hemos adoptado es la del '*content analysis*', a través del cual hemos planteado cuatro hipótesis y dos variables.

1.6. Objetivos e hipótesis

Nuestro objetivo general es analizar la controversia que ha surgido en España acerca del aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual en la prensa. Esto es, conocer el tratamiento informativo que los medios han dado a las diferentes posturas de políticos, grupos sociales e institucionales a través de las declaraciones recogidas sobre los mismos.

Para ello, queremos conocer el uso de los marcos informativos que han hecho los políticos y los medios de comunicación en los períodos en los que se han debatido esas iniciativas parlamentarias.

En concreto, queremos saber cuáles son los marcos empleados por el Partido Popular y el PSOE, cuáles son los de la Iglesia, y cuáles los de los medios de comunicación, para poder compararlos, contrastar diferencias y semejanzas, coincidencias o discrepancias entre políticos, y entre políticos y periodistas.

Otro objetivo es conocer si los argumentos de unos y otros fueron los mismos en todas las iniciativas gubernamentales, o si por el contrario hubo algún cambio y alguna evolución en el discurso político y en el mediático.

Partiendo de estos objetivos, hemos planteado las siguientes hipótesis:

1. En las iniciativas gubernamentales para despenalizar el aborto, regular el divorcio o aprobar el matrimonio homosexual, los actores sociales atacaron o defendieron la propuesta con patrones de argumentación que unos y otros han mantenido, y que han sido generados por el marco que es propio de cada una de las subculturas enfrentadas. Las antedichas subculturas son la progresista y la conservadora, que guardan relación con posturas alejadas y cercanas al

catolicismo respectivamente, siendo esa línea divisoria izquierda / derecha la que se ha manifestado en relación con las leyes analizadas en esta investigación.

2. En las confrontaciones generadas por esas iniciativas gubernamentales, invariablemente, se han impuesto los marcos progresistas sobre los marcos conservadores, con consecuencias axiológicas para la sociedad española, por cuanto consiguieron promover valores alejados a la religión católica, impulsando el pluralismo filosófico -frente al monismo filosófico-, como marco para el tratamiento de los asuntos que guardan relación con los valores.
3. La prensa escrita española se ha postulado a favor o en contra de las iniciativas parlamentarias que han regulado el matrimonio homosexual, el divorcio y el aborto, en función de la subcultura con la que se identifican editorialmente y no con la postura adoptada por los partidos políticos sobre cada una de estas legislaciones.
4. Cumpliendo con la función de opinión que tiene la prensa escrita, los periódicos analizados se han postulado de manera clara acerca de los asuntos abordados, mostrando su coherencia con los principios editoriales por los que se rigen. Para ello, muestran su opinión, a través de diversos formatos periodísticos, y lo hacen de manera equitativa con la información que presentan sobre la actualidad a sus lectores.

1.7. Las variables de la investigación

Si la variable dependiente es la característica o la cualidad que se trata de cambiar mediante la manipulación de la variable independiente -esto es, el factor que observamos para conocer el efecto de la variable independiente-, en el caso que nos ocupa será la mayor o menor capacidad que tengan los argumentos para cambiar un estado determinado de cosas. Y hemos entendido que ese estado determinado de cosas es la cultura de una sociedad, y -de manera especial-, su relación con los valores.

La variable independiente de esta investigación es la característica o la cualidad de la realidad sometida a escrutinio en el curso de la misma, a la que le atribuimos alguna

capacidad para afectar o influir en otras variables, y que será manipulada por el autor de la tesis: se trata de las argumentaciones de unos y otros en relación con los proyectos de ley que hemos contemplado como casos a estudiar.

De esta forma, nuestras variables quedarían de la siguiente forma:

Tabla 1.2. Las variables de la investigación.

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
Las argumentaciones de unos y otros, en relación con los proyectos de ley que hemos contemplado como supuesto de estudio de la investigación.	La capacidad de los argumentos para cambiar un estado de cosas: la cultura de una sociedad, y -de manera especial-, su relación con los valores.

Fuente: Elaboración propia

1.8. Estado de la cuestión

Nuestro estudio se centra en tres asuntos distintos –aborto, matrimonio homosexual y divorcio- que están a su vez relacionadas entre sí. Hemos querido investigar la existencia de material periodístico y literario sobre estas tres cuestiones tanto de forma conjunta como independiente de cada materia. También hemos hecho una revisión actual de la aplicación del *framing* en otros trabajos que analizan tanto los asuntos que tratamos como otras cuestiones.

De los tres tipos de leyes que hemos analizado en la tesis doctoral, el aborto es el asunto que más se ha reformado o intentado reformar, pero no existe un elevado número de estudios científicos sobre el tratamiento mediático de esta materia.

En lo que se refiere a la comparación de la forma en la que los medios informativos han presentado las diversas leyes del aborto, no hemos encontrado tesis ni artículos científicos recientes, algo que ha ocurrido también con el divorcio, una materia que se ha regulado en dos ocasiones en los últimos años.

Por otro lado, sobre el matrimonio homosexual no ocurre lo mismo, ya que hemos detectado la existencia de un mayor número de estudios⁸ científicos que analizan el tratamiento de esta legislación, a pesar de que solo ha habido una ley acerca de este asunto, a diferencia de los cuatro procesos legislativos a los que se ha sometido el aborto y los dos del divorcio.

1.8.1. Framing

La teoría del *framing* se ha usado sobre todo para analizar campañas electorales. Un ejemplo es la tesis doctoral de Álvarez⁹, que elabora un conjunto de marcos denominados “genéricos” en los que se pueden incluir las diversas formas de estructurar los argumentos de los políticos a la hora de construir su perfil como líderes políticos o candidatos.

Hay que apuntar que esta clasificación de genéricos se refiere al listado de marcos sobre perfiles políticos que ofrece este autor, no a lo que comúnmente se denomina del mismo modo entre los principales autores de la teoría del *framing*.

La investigación¹⁰ de Valera analiza si la prensa tradicional reproduce la agenda temática y los procesos de enmarcado de las fuerzas políticas con mayor poder a lo largo de la campaña electoral. Además, enmarca este espacio en dos esferas ideológicas

⁸ MARTÍNEZ, B. (2015): *Movilizaciones y discursos sobre familia y matrimonio homosexual y su tratamiento en la prensa (Un bienio crucial en España: 2004-2005)*, Universidad de Salamanca, España.

PLATERO, R. L. (2016): *La interseccionalidad en las políticas públicas sobre ciudadanía íntima: los discursos y la agenda política española (1995-2012)*, Universidad Nacional de Educación a Distancia, España.

En el primero de estos estudios, Martínez revisa los discursos sobre familia y matrimonio homosexual y su tratamiento en la prensa. Por su parte, Platero analiza la relación que hay entre las políticas públicas y lo que esta autora denomina la “ciudadanía íntima”, que son el conjunto de derechos y necesidades individuales de cada persona, entre los que destaca de manera especial el matrimonio homosexual, aunque hace referencia a otras cuestiones en menor medida, como el aborto.

⁹ ÁLVAREZ, I. (2004): *Los usos estratégicos del framing (La campaña electoral municipal de Madrid 2003)*, Universidad Complutense de Madrid, España.

¹⁰ VALERA, L. (2014): *Agenda Building y frame promotion en la campaña electoral de 2011. La circulación del discurso entre partidos, medios y ciudadanos*, Universidad de Valencia. España.

dominantes, al igual que hacemos en esta tesis doctoral. Esta autora utiliza el diario *El País* para realizar su estudio, aunque a diferencia nuestra, también hace una revisión del poder social del periodismo digital.

Como conclusión, Valera comprueba que el discurso partidista del PP y el PSOE es adoptado en abundancia por los medios de comunicación tradicionales, como lo son, a su juicio, los medios escritos que analizamos. Por lo tanto, el espacio público español de la prensa tradicional está claramente alineado en dos esferas ideológicas: la progresista y la conservadora.

También hemos revisado la aplicación de la teoría del *framing* en dos comicios electorales recientes de México. El primero de ellos es un análisis de la prensa digital de Muñiz¹¹, y el segundo trata sobre la imagen política en la campaña, cuyo autor es Chihu¹².

El *framing* como herramienta de trabajo en las campañas políticas es una opción muy recurrente para lograr la victoria. De ahí la importancia de esta teoría en este campo. Delle¹³ señala que la tercera victoria consecutiva de Merkel se debió a la creación de un *frame* económico unido a la fuerte personalización de la campaña electoral.

Según este autor, Angela Merkel y su partido decidieron apostar por una estrategia centrada en la personalización del mensaje electoral, para lo que asociaron la figura de la canciller a una campaña con una política exitosa a través de un discurso basado en la batalla ganada a la crisis económica habiendo mantenido la estabilidad del país germano.

Este artículo resalta también por el uso del discurso del miedo, gracias a lo que Merkel consiguió fijar la agenda de los medios al imponer su *frame* económico, consiguiendo ensalzar su figura pública como garante de una Alemania estable.

¹¹ MUÑIZ, C. (2015): La política como debate temático o estratégico. *Framing* de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital, Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), *Comunicación y Sociedad*, 23, 67-95.

¹² CHIU, A. (2016): *El framing de la imagen política (campaña electoral: México 2015)*, Universidad Autónoma Metropolitana.

¹³ DELLE, F. (2013): Merkel gana, todos pierden. La importancia del *frame* estratégico en la campaña electoral alemana, *El Molinillo, Revista de Comunicación Política*, 58, 12-16.

En otro estudio acerca del *framing*, Valera destaca la consolidación de esta teoría “como un modelo de investigación capaz no sólo de determinar los encuadres periodísticos y sus efectos sobre el público, sino también de dar cuenta de la naturaleza construida y conflictiva del discurso público, situando el estudio de los mensajes periodísticos en el contexto de las múltiples disputas ideológicas que se producen en el espacio público”¹⁴. Precisamente estos conflictos ideológicos políticos, periodísticos y sociales son los que queremos revisar en las leyes y en los periodos que analizamos.

Las discrepancias que se producen en la esfera pública se recogen y analizan en la prensa en función de un conjunto de factores que influyen en el periodista que firma la noticia. Para Castejón¹⁵, el hombre no puede salirse de su subjetividad, porque no es posible ignorar las vivencias personales, y éstas determinan una forma de interpretar la realidad, por lo que un redactor no tiene capacidad para despojarse de sus sentimientos, prejuicios y valores a la hora de transmitir y de percibir un texto.

Yanes apunta que “los números no son discutibles, pero la argumentación puede incorporar un análisis comparativo novedoso por medio del cual, un comunicador político puede llegar a conclusiones parciales”¹⁶. Es decir, que para esta autora la capacidad de un periodista a la hora de transmitir una noticia puede influir un conjunto de marcos creado a partir de sus propias percepciones y que dan como resultado un trabajo en mayor o menor medida sesgado.

La teoría que hemos empleado en esta tesis doctoral ha conseguido un espacio propio y diferenciado respecto a otras teorías hasta situarse en una posición relevante. El *framing* tiene grandes perspectivas como referente de la investigación en el campo de la comunicación gracias a que tiene muchas posibilidades que aún no han sido explotadas¹⁷.

¹⁴ VALERA, L. (2016): El sesgo mediocéntrico del *framing* en España: una revisión crítica de la aplicación de la teoría del encuadre en los estudios de comunicación. *Revista ZER*, 41, p. 26.

¹⁵ CASTEJÓN, E. (1992): *La verdad condicionada*, Corprensa, Venezuela, p. 25.

¹⁶ YANES, R. (2006): Límites éticos del mensaje persuasivo en la comunicación política, *Revista Zer*, 20, p. 67.

¹⁷ VICENTE, M. y LÓPEZ, P. (2009): Resultados actuales de la investigación sobre *framing*: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España, *Revista ZER*, 26, p. 29.

1.8.2. El *framing* en otros ámbitos

En lo que se refiere a estudios recientes sobre el tratamiento que hace la prensa de determinados temas, cabe destacar que hay un gran listado bibliográfico de textos científicos que analizan cómo se presenta en los medios de comunicación impresos asuntos vinculados a las drogas, la mujer, la igualdad, la situación económica y social, el deporte o la violencia.

Una tesis doctoral que estudia el *framing* aplicado a la violencia de género en la prensa tanto escrita como digital es el estudio de Escribano¹⁸. El objetivo principal de este estudio es el análisis de la construcción de la imagen social sobre la violencia de género desde la perspectiva de la teoría de los marcos en la prensa escrita a nivel nacional y de la Región de Murcia.

Otro estudio que destacamos es el de Ardevol¹⁹, que analiza el tratamiento informativo que los medios de comunicación otorgan a los países que sufren una crisis humanitaria. Se trata de un texto que utiliza el análisis de contenido que aplican a varios diarios, entre los que se encuentran *El País* y *ABC*. De este modo, el autor detecta los principales encuadres noticiosos empleados en la representación de los países en crisis.

Como explicaremos en el capítulo dedicado al método de análisis que hemos empleado, uno de estos estudios nos ha servido como base para realizar todo el eje central del libro de códigos, entre lo que destaca el conjunto de aspectos específicos de los marcos genéricos en los que hemos catalogado toda la información recopilada en el presente estudio.

Se trata de la tesis doctoral de Ballesteros²⁰, un análisis de los marcos informativos del cannabis en la prensa española que emplea en su investigación las teorías del *framing*,

¹⁸ ESCRIBANO, M. I. (2014): *Encuadres de la violencia de género en la prensa escrita y digital, nacional y regional. La Verdad, La Opinión, El Mundo y El País desde la teoría del framing (2005-2010)*, Universidad de Murcia, España.

¹⁹ ARDEVOL-ABREU, A. (2015): *Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423 a 450.

²⁰ BALLESTEROS, C. A. (2012): *Los marcos informativos del cannabis en la prensa española: Aplicación de las teorías del “Framing” y de la “Agenda-Setting”*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

que es la que nosotros aplicamos, y en la de la teoría de la *agenda-setting*, que también aparece descrita en nuestra tesis aunque no sea la que centre el trabajo.

En su tesis, Ballesteros elabora una línea de investigación sobre los marcos informativos del cannabis en la prensa española para determinar las asociaciones de percepción y los atributos contextuales en que se inscribe la representación social que construye la prensa sobre esta sustancia.

A pesar de que el asunto que centra el estudio de Ballesteros se aleja bastante de los asuntos que nosotros desarrollamos, hemos constatado con un pretest que su planteamiento general tiene una aplicación perfectamente adaptable y válida a las leyes del aborto, divorcio y matrimonio homosexual. Además, hemos considerado que la gran repercusión y difusión científica de la tesis de Ballesteros es un aval que aporta mucha solidez académica a los planteamientos teóricos de este texto.

Un ejemplo de uno de los estudios²¹ más recientes de *framing* que hemos revisado analiza el rescate bancario español al describir este hecho como un acontecimiento en gran medida novedoso, ya que se trata de una operación desarrollada en mitad de una crisis económica de gran impacto, donde los medios de comunicación tienen la oportunidad de dirigir sus marcos acerca de la crisis ante una sociedad que no conoce de precedentes ante un suceso de la misma magnitud.

La principal característica por la que hemos resaltado ese artículo, titulado “La teoría del *framing* aplicada al ‘rescate’ a España”, es que, al igual que nuestra tesis, da mucha relevancia al contexto, de tal modo que analiza los diversos usos que se hace en la prensa española del marco ‘rescate’.

En las conclusiones, el autor hace referencia a los juicios morales que surgen del estudio y a la atribución de la responsabilidad ante el problema, es decir, dos cuestiones que coinciden con los modelos genéricos de *frames* que utilizamos en nuestro análisis. Se resalta la influencia política de los medios de comunicación, a través de los diversos atributos que selecciona la prensa, que es la base sobre la que se asienta este estudio.

²¹ RODRÍGUEZ, C. (2015): La teoría del *framing* aplicada al ‘rescate’ a España, *MARCO*, 1, 63-81.

También es de especial relevancia la tesis doctoral de Carballido²², un estudio sobre la violencia contra la mujer vertebrado en torno a la teoría del *framing* donde se refleja el peso que adquieren los movimientos sociales (como el aborto, el divorcio o el matrimonio homosexual) a la hora de introducir asuntos vinculados con los derechos civiles de los ciudadanos en la agenda pública.

Carballido señala que la teoría del *framing* es una herramienta teórico-metodológica muy útil por su carácter inclusivo y su compatibilidad con otros enfoques y, sobre todo, por su idoneidad desde planteamientos constructivistas tanto para analizar los movimientos sociales como los medios de comunicación y revisar los aspectos cognitivos, afectivos y simbólicos de estos dos agentes sociales.

Por otro lado, se ha publicado²³ recientemente un estudio sobre la crisis económica y revueltas sociales en España en los medios digitales. Este texto examina el uso de *frames* en este nuevo modelo de soportes informativos, algo que no hacemos en esta tesis. Sin embargo, sí que utiliza como base del análisis el uso de los marcos genéricos, al igual que hemos hecho nosotros.

Tanto la tesis de Ballesteros, que consideramos como el principal texto de referencia de nuestro análisis, como los artículos sobre el rescate y la situación económica de España, al igual que la mayoría de artículos científicos que tratan el *framing*, hacen una revisión literaria de los principales autores que han aportado las claves científicas más importantes sobre el proceso y evolución de la teoría de los marcos. Lakoff, Entman o Goffman²⁴ son algunos de estos autores que también hemos incluido en nuestra tesis.

Vicente y López dividen la evolución de los estudios comparativos del *framing* en tres fases. A la tercera la denominan “la etapa de consolidación”, ya que en ella se observan

²² CARBALLIDO, P. C. (2010): *El proceso de construcción de la violencia contra las mujeres: Medios de comunicación y movimiento feminista. Una aproximación desde la teoría del framing*, Universitat Jaume I, Castellón de la Plana, España.

²³ SÁNCHEZ, S. (2016): El discurso de los cibermedios ante la crisis económica y revuelta social en España, *Tonos digital*, 31.

²⁴ GOFFMAN, E. (1981): *Forms of Talk*, Basil Blackwell, Oxford; LAKOFF, G. (ed. 2007): *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político* (v.o. 2004). Editorial Complutense. Madrid; ENTMAN, R. (1993): *framing: toward clarification of a fractured paradigm*, *Journal of communication*, 43, 51-58.

“intentos solventes de reorganización teórica de toda la especialidad y se realiza en un contexto de expansión empírica más intenso que en la década anterior”²⁵.

Sobre la literatura acerca del *framing* y de la aplicación de esta teoría en otros ámbitos, hemos incluido un porcentaje muy elevado de obras que datan de este tercer periodo del que hablan Vicente y López. Además de la mayoría de los trabajos citados en este punto, cabe destacar el trabajo de otros autores como Scheufele²⁶ o D’Angelo²⁷, publicados en dicho periodo.

1.8.3. *Framing* y aborto

Aunque nos hemos referido al análisis de Carballido²⁸ como un texto referente para esta tesis en lo que se refiere al *framing*, y al resto de estudios sobre esta teoría, queremos destacar que esta autora trata algunos de los asuntos que nosotros estudiamos, como el aborto, enmarcado en el contexto del feminismo.

Sobre el aborto, hay que apuntar que en 2016 se publicó un artículo científico²⁹ que estudia la información de prensa del periodo anterior y el posterior al debate parlamentario que hubo con motivo de la que hemos denominado a lo largo de la tesis como “tercera ley del aborto”, que fue el anteproyecto de ley de la “Ley orgánica para la protección de la vida del concebido y de los derechos de la mujer embarazada”, impulsada por el Partido Popular.

Entre las características que comparte este estudio con el nuestro, cabe destacar que analiza un periodo temporal parecido al nuestro y que emplea también la teoría del *framing*. Además, parte de la premisa de que la objetividad no existe debido a que la ideología y el lenguaje están íntimamente ligados y la elección lingüística no es habitualmente arbitraria sino que frecuentemente encubre un principio ideológico. Esta

²⁵ Op. cit. VICENTE, M. y LÓPEZ, P., 2009.

²⁶ SCHEUEFELE, D. A. (2000): Agenda setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication, en *Mass Communication and society*, 3, 297-316.

²⁷ D’ANGELO, P. (2002): News framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52 (4), 870–888.

²⁸ Op. cit. CARBALLIDO, P. C., 2010.

²⁹ RUIZ-CECILIA, R., GUIJARRO-OJEDA, J. R. (2016): Lenguaje e ideología. A propósito de la nueva ley del aborto española. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 71, 202-217.

idea de la inexistencia de la objetividad en los textos periodísticos es un aspecto que reflejamos en nuestro estudio.

Asimismo, el artículo de Ruiz-Cecilia y Guijarro-Ojeda³⁰ plantea como hipótesis que la prensa escrita de ideología conservadora es abiertamente antiabortista, al contrario de lo que ocurre con la prensa progresista o de izquierdas. Es decir, que establece una clara bipolaridad que nosotros también hemos manifestado como hipótesis.

Pero en el texto de Ruiz-Cecilia y Guijarro-Ojeda existen diferencias sustanciales respecto al nuestro. Estas variaciones pueden afectar en mayor o menor medida a las conclusiones obtenidas en cada uno de estos dos trabajos.

Por una parte, el artículo científico analiza en cuatro diarios una de las leyes del aborto que se han desarrollado en el periodo democrático español actual, mientras que nosotros hemos centrado la tesis en las cuatro iniciativas de este asunto, así como del divorcio y el matrimonio homosexual. Precisamente la muestra legislativa que recogemos nos obliga a remontarnos a unos años en los que no existían dos de los cuatro periódicos que estudian Ruiz-Cecilia y Guijarro-Ojeda, por lo que empleamos solo dos.

Otra de las grandes diferencias es que este artículo se limita a analizar los titulares, mientras que nosotros revisamos todo el texto. Por ello, hemos considerado oportuno en nuestra tesis observar mejor todos los *frames* y posiciones de las diversas fuentes y diarios sobre los temas sometidos al estudio. Esta diferencia puede marcar discrepancias importantes entre las conclusiones obtenidas por estos autores y las nuestras.

El artículo de Del Manzo³¹ reflexiona acerca del papel de los medios de comunicación en la producción y circulación de algunas representaciones sociales sobre el aborto, ofreciendo una construcción histórico-social de los cuerpos de las mujeres.

En este texto, la autora defiende la existencia de dos bandos. Uno es la tendencia de los medios gráficos a simplificar la discusión reduciéndola en dos posturas, y estableciendo una polarización entre los discursos de la Iglesia (correspondiente a la jerarquía

³⁰ Id. pág. 201-222.

³¹ DEL MANZO, M. B. (2013): El cuerpo femenino, terreno de debate público, *Question*, 38, 1-13.

católica) y los movimientos autodenominados pro-vida/pro-familia. El otro bando es el formado por los movimientos a favor de la despenalización y legalización del aborto.

Es decir, que Del Manzo defiende la existencia del concepto a favor o en contra de la vida en el tratamiento que hace la prensa del asunto del aborto, lo que a su juicio lleva a una polarización de los argumentos y a una reducción de la complejidad del hecho, diluyendo así el debate sobre el impacto social y político de la problemática surgida acerca de este asunto.

Es muy interesante cómo enmarca las dos posturas enfrentadas de las que habla, ya que apunta que, por un lado, existe la imagen de los grupos pro-vida, que identifican el feto con un niño o una persona y el aborto con el asesinato, y por otro lado habla de los movimientos a favor de la despenalización y legalización de la práctica con aborto legal, vinculándolos con la vida de las mujeres pobres inocentes y con el aborto como una elección y un derecho de la mujer.

Las armas con las que ambos bandos argumentan sus posturas se configuran a partir de un lenguaje marcado ideológicamente, nada ingenuo ni neutral, y que tiene como finalidad establecer una lucha por las significaciones. Por lo tanto, se trata de un lenguaje muy alejado también de la objetividad periodística.

El artículo también se refiere a la relevancia que adquieren las nuevas voces sociales del campo sanitario, además del político, ya que ofrecen nuevas interpretaciones sobre el aborto. Pero otra cuestión es cómo los medios recogen las declaraciones de estas fuentes.

Aunque no se trata de una tesis que revise en concreto el aborto, queremos destacar un estudio³² que analiza el papel que ejercen los comunicadores que informan sobre las controversias científicas que tienen repercusión política, éticas o sociales. Rodríguez apunta que estos asuntos exceden del campo puramente técnico y el debate sobre ellos suele estar fuertemente polarizado con unos actores a favor y otros en contra, sin utilizar un lenguaje claro.

³² RODRÍGUEZ, C. (2008): Tratamiento periodístico de las “células madre” desde la perspectiva del *framing*. El País y ABC (1996-2006), *Doxa.comunicación*, 7, 165.

Partiendo de un análisis sobre el tratamiento periodístico de las células madre desde la perspectiva de la teoría de los marcos, este estudio defiende la existencia de una retórica externa no científica en las regulaciones y los discursos sociales que influye en la ciencia biomédica que contiene prácticas problemáticas.

1.8.4. Los medios y el poder de los *stakeholders*

Platero aborda³³ desde una perspectiva sociológica lo que considera cuestiones conflictivas a través de una revisión de varios temas en el periodo comprendido entre 1995 y 2012.

Según esta autora, los asuntos que trata (como el aborto, matrimonio homosexual o el divorcio exprés) son temas que se minimizan y que luchan por hacerse un hueco en la agenda pública, dejando intactas las críticas a las normas que ella cataloga como dominantes. Esto se debe a la concepción de los sujetos en torno a unas pocas identidades sociales hegemónicas.

Para Platero, el deseo de respetabilidad y pertenencia a ese entorno hegemónico está muy presente en lo que denomina “nuevos derechos”, como los asuntos anteriormente mencionados, que coinciden con los temas que nosotros estudiamos.

En su tesis, esta autora aborda la relación entre estos temas considerados íntimos y minoritarios con los *stakeholders* o personas o grupos de influencia social o que pueden ser afectadas. Es decir, centra su investigación en marcos vinculados a los asuntos que tanto ella como nosotros tratamos, pero en su caso desde la esfera de la opinión pública, mostrando un conflicto entre los poderes públicos y la sociedad, es decir, dejando fuera el poder de los medios de comunicación.

La relevancia que observamos en la tesis de esta autora es que resalta un conjunto de características vitales o formas de vida de cada individuo frente al poder público establecido en España a través de cuestiones que son las que nosotros hemos seleccionado para investigar en nuestra tesis. De este modo, el estudio de Platero nos sirve para certificar la validez de nuestra elección de temas.

³³ Op. cit. PLATERO, R. L., 2016.

1.8.5. El matrimonio homosexual: La realidad bajo el poder de la comunicación

El libro³⁴ de Martínez-Calcerrada trata el reciente desarrollo de una estrategia de diálogo o penetración de activistas homosexuales en los partidos políticos y en los medios de comunicación, algo que ha impulsado la visibilización de la homosexualidad como base sobre la que se aprobó el matrimonio gay en España, no sin una fuerte polémica política y controversia social.

Para este autor, la mediación informativa y moldeadora de opinión de periódicos como *El País* contribuyó globalmente a normalizar la homosexualidad y a reducir la homofobia, es decir, que este diario respaldó a Rodríguez Zapatero en la aprobación de esta ley y en otras medidas de carácter social.

Este libro utiliza el análisis del discurso para estudiar los objetivos e interacciones de los discursos sociales, religiosos, políticos y periodísticos generados sobre la familia y el matrimonio homosexual en un contexto que define como enrarecido.

Asimismo su autor trata de explicar el potencial y las características de los movimientos sociales en auge, entre las que incluye también el aborto pero cuyo máximo exponente es el matrimonio homosexual. En este sentido, es importante resaltar que, según Martínez-Calcerrada, el momento en que se aprueba la legalización de este modelo de matrimonio en España coincide con el declive de la institución tradicional, de modo que este asunto se convierte en una de las grandes piezas de confrontación Iglesia-Estado durante el Gobierno de Rodríguez Zapatero.

También hemos revisado una tesis³⁵ sobre el matrimonio homosexual que parte de la hipótesis de que los medios que predomina en España se caracterizan porque cada periódico se alinea con un partido político y en que existe una dependencia mutua entre partidos y medios de comunicación.

³⁴ MARTÍNEZ-CALCERRADA, L. (2011): *La familia en la sociedad actual española: (machismo, homosexualidad, matrimonio y aborto)*, Pigmalión Edypro, Madrid.

³⁵ Op. cit. MARTÍNEZ, B., 2015.

Este texto da suma importancia a los medios de comunicación por el papel esencial que tienen en el entendimiento y comprensión de los diversos marcos, es decir, que son el lugar donde se compite por significados, y por ello los medios tratan de llevar los mensajes para lograr apoyo y credibilidad.

En referencia a la línea editorial de *El País*, que es un aspecto que también vamos a tratar en esta tesis, asegura que se trata de un diario conservador en economía, de centro en política y radical en asuntos sociales. Sobre este último aspecto, señala que asumen posiciones más a la izquierda para marcar distancia de la derecha, ya que en el resto de campos son más parecidas. Esta misma ubicación política de *El País* es la que tiene el PSOE, a juicio del autor.

Como conclusiones, señala que la Iglesia perdió el poder de decidir la conformación legal de la familia al haberse convertido el matrimonio a convertirse en un asunto civil a través de un proceso político en el que los medios tuvieron un rol decisivo. En la formación de significados y en la transmisión de ideologías, mediante el uso de la imagen y del lenguaje. Es decir, un claro ejemplo de cómo a través de los procesos de comunicación que intervienen en la teoría del *framing* se logra encauzar un asunto de gran calado hacia una tendencia determinada o a un nuevo concepto de la realidad social.

Además, apunta que hasta el momento de la aprobación de la ley del matrimonio homosexual, la familia era una institución cuya defensa se asumía tradicionalmente por los conservadores y que, junto al matrimonio, era sinónimo de sexismo y heterosexualidad.

Se trata, por lo tanto, de otro estudio científico que establece una clara diferencia mediática y social entre dos partes enfrentadas por los temas que centran nuestra tesis: la parte conservadora y religiosa frente a la progresista y contraria a principios fundamentales de la Iglesia.

1.8.6. El divorcio, bajo la sombra de la familia y del matrimonio

No hemos encontrado ningún estudio reciente que analice el tratamiento del divorcio en los medios de comunicación, aunque varios de los estudios que hemos descrito en este apartado tratan dicho asunto, dando por hecho que el divorcio es un tema que pertenece

al terreno de las cuestiones que enfrentan a las dos subculturas enfrentadas descritas anteriormente y que está íntimamente relacionado con el matrimonio o la familia.

CAPITULO 2

La teoría de los marcos

Introducción

Este capítulo es de especial relevancia para la investigación, y por eso es uno de los más extensos de este trabajo. Se trata de un repaso a los parámetros bajo los cuales se presenta un texto periodístico, es decir, la forma de presentarlo a la audiencia, cómo se contextualiza, las armas dialécticas que usa un actor político y que reflejan los periódicos, cómo puede influir en la audiencia... En definitiva, hacemos un repaso sobre el encuadre periodístico de una noticia, los orígenes de esta teoría, su evolución y la manera en la que puede repercutir en los lectores de prensa.

La importancia que le damos al encuadre o *framing* se debe a que esta teoría va a servirnos de herramienta sobre la que vamos a realizar nuestra investigación para corroborar o no los objetivos e hipótesis ya definidos.

En este capítulo partimos de una revisión general sobre la mediación periodística, es decir, de la relación que existe según los autores que hemos estudiado entre los medios de comunicación y los poderes (principalmente el político). Las presiones para dirigir, minimizar o directamente hacer desaparecer un hecho de actualidad en función de los intereses de quienes pueden ejercer su poder. Pero, como veremos en el capítulo, también se produce el hecho contrario, es decir, que los medios tienen en su haber una serie de estrategias con las que contrarrestar ese poder externo que le coarta su trabajo. Además, la ciudadanía cada vez tiene mayor peso en este ámbito, lo que se traduce en una lucha de poder e intereses entre los actores públicos y/o políticos, los medios de comunicación y la sociedad.

La *agenda-setting* es el siguiente punto que analizamos. En él revisamos el procedimiento por el que se seleccionan determinados temas en la prensa y quién marca esos contenidos que aparecen en un diario. Por lo tanto, con la información aportada al respecto en nuestro estudio por los autores que nombramos podemos relacionar

estrechamente la *agenda-setting* con la mediación periodística, describiendo la primera como la teoría científica que analiza la segunda.

La relación entre la teoría de la *agenda-setting* y la teoría del *framing* marca en este capítulo el punto de partida sobre el que asentamos el análisis de los encuadres periodísticos. Como indicaremos más adelante, muchos autores relacionan ambas teorías, considerando el *framing* como el desarrollo lógico de la *agenda-setting*. Otros marcan distancias sustanciales entre ambas y consideran que el *framing* como una teoría que analiza aspectos más cualitativos.

A través de diversas aportaciones de varios autores, entendemos el *framing* como la teoría o la corriente teórica que intenta explicar la relación que hay entre los encuadres identificados en los asuntos que tratan los medios y las relaciones, influencias y contextos que influyen en la creación de un texto periodístico, así como el impacto que pueden tener esos encuadres noticiosos en los receptores y en aquellos actores políticos o sociales que protagonizan la actualidad informativa.

Otro aspecto fundamental al que nos referimos es al peso que tiene la cultura en la creación de marcos o *frames*, tanto a la hora de escribir una noticia como de entenderla. Por lo tanto, en nuestro trabajo desechamos la idea de la objetividad periodística, porque consideramos que es contraria al desarrollo de la actividad periodística que defiende el *framing*.

Sobre la identificación de análisis en los textos periodísticos, hemos aplicado la propuesta de De Vreese, Peter y Semetko¹, que proponen un conjunto de marcos generales o genéricos (*generic frames*), que se pueden aplicar a cualquier texto informativo, sea cual sea la temática en la que se centra.

Estos marcos genéricos son: el marco de interés humano, el marco de conflicto, el marco de consecuencias económicas, el marco moral y el marco de la responsabilidad.

¹ DE VREESE, C., PETER, J., y SEMETKO, H. (2001): Framing politics at the launch of the euro: a cross national comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18 (2), 107-122.

2.1. La mediación periodística

La información periodística juega un papel clave en la construcción que hacen los medios de comunicación de la realidad operada en el seno de la esfera pública central². Esto nos aparta de la objetividad y nos acerca al periodismo como método de interpretación. De este modo, observamos que la realidad puede fragmentarse en unidades independientes, que son los hechos, y que estas unidades pueden elaborarse, redactarse y comunicarse al lector como noticias³.

Casero⁴ afirma que la importancia de la información en la construcción de la realidad reside en varias causas:

1. Las noticias son la base sobre la que se define la realidad, puesto que constituyen la fuente primaria de una gran parte de las representaciones simbólicas sobre la política que circulan por la sociedad.
2. La información política ofrecida por los medios genera un recurso cognitivo y simbólico de primer orden para muchas personas. Las noticias dan significado a los hechos a través de unos parámetros específicos generados a través de las rutinas periodísticas. Con ello, se perfila el sentido y el conocimiento social sobre la política.
3. El poder de la información periodística se produce porque es un verdadero poder de agenda. Esto significa que la actualidad política ordena la prioridad. La política juega un papel básico en el proceso de atención de los ciudadanos en algunas cuestiones del ámbito político, desechando otras. Según Grossi⁵, esta capacidad otorga una influencia decisiva a los aparatos mediáticos en la articulación de la realidad política y en la formación de la opinión pública.

² CASERO, A. (2009): El control político de la información periodística. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366.

³ GOMIS, L. (1987): El medio media, la función política de la prensa, *Seminarios y ediciones DL*, Madrid, 21.

⁴ Op. cit. CASERO, A., 2009.

⁵ GROSSI, G. (2007): *La opinión pública*. CIS, Madrid.

Para Gomis⁶, los medios pueden crear noticias que se basan no en los hechos mismos por la simple razón de haberse producido, sino en aquellos aspectos de los hechos a los que los medios asignan mayor importancia. Esta fijación en determinados aspectos de la realidad provoca que exista un control político a los medios de comunicación, para intentar dirigir y condicionar el desempeño de la función periodística de selección. Por lo tanto, los esfuerzos de los actores políticos están destinados a influenciar el proceso de producción de la realidad informativa en beneficio propio⁷.

En este sentido, conseguir que los medios periodísticos ofrezcan un tratamiento favorable en sus noticias a una determinada persona o partido político es una fórmula de dominio de la información de carácter indirecto. Esto se refleja en el enfoque informativo que se da a las informaciones, a través de aspectos de diversa índole, como la focalización del tema, el tipo de plano de cada personaje, el contenido de las declaraciones seleccionadas, la asociación de los hechos o de sus protagonistas con elementos positivos o la actitud de los periodistas⁸.

2.1.1. Dimensiones de control

Casero⁹ propone tres dimensiones distintas pero que, a su vez, están entrelazadas entre sí, del procedimiento de ejecución del proceso de presión sobre la función periodística:

⁶ Op. cit. GOMIS, L., 1987, p. 22.

⁷ Op. cit. Casero 2009.

⁸ Id.

Tabla 2.1. Dimensiones de control.

Dimensión	Aspectos básicos	Efectos
Acceso al espacio informativo	<ul style="list-style-type: none"> • Fórmulas para gestionar en beneficio propio la selección en sentido estricto o de primer grado. • Controlar la dinámica de inclusión y exclusión de temas operada por la profesión periodística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados cuantitativos: mayor número de noticias favorables sobre temas impulsados por un actor político o dominio de la estructura de fuentes informativas. • Adquisición de visibilidad pública.
Dominio de las modalidades de presentación pública de la información a nivel formal	<ul style="list-style-type: none"> • Fórmulas para conseguir el tiempo y espacio informativos más favorables • Afecta a la jerarquización formal (selección de segundo grado) 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados cuantitativos: más minutos de información dedicados a un actor político, mayor presencia en portadas o sumarios informativos • Lograr el máximo nivel de atención periodística
Dominio del tratamiento de los contenidos y el enfoque informativo	<ul style="list-style-type: none"> • Fórmulas para tutelar los significados, y la construcción de la realidad, que la información transmite respecto de un actor político • Incide sobre la jerarquización significativa (selección de segundo grado) y, eventualmente, sobre la tematización (selección de tercer grado) 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados cualitativos: incidir sobre la visión del mundo, y de la política, que se forma la ciudadanía a partir de la información periodística (efectos cognitivos) • Provoca una constricción de la mediación periodística y un recorte de la autonomía profesional

Fuente: Elaboración propia

La primera se refiere al modo a través del que se puede lograr el acceso al espacio informativo. Incluye las fórmulas para ganar los obstáculos propios de la selección en sentido estricto, o de primer grado, operada por la profesión periodística. El éxito del control se fundamenta en lograr que la dinámica de inclusión y exclusión de temas informativos favorezca reiteradamente a la actividad y acontecimientos protagonizados por un partido o institución. Como consecuencia de este proceso, esta actividad política se convertirá en noticia, integrándose en el centro de la actividad pública y formando parte de la agenda pública¹⁰.

Pero además de adquirir visibilidad pública, los actores políticos aspiran a extender su dominio sobre las condiciones en que se produce su acceso al espacio informativo, es decir, obtener la clasificación comunicativa de sus iniciativas o propuestas políticas más

¹⁰ Id., p. 355.

acorde con sus intereses y controlar el contexto en que se produce su acceso al espacio informativo, es decir, la jerarquización de las noticias, los minutos de aparición en pantalla¹¹ –en el caso de la televisión-, o, en el caso de nuestro estudio, el espacio que ocupa en la prensa.

En la segunda dimensión de la tabla, la institución política dirige sus esfuerzos a conseguir el tiempo y el espacio más favorable a sus intereses para alcanzar el máximo nivel de atención periodística posible. Cuando el evento resulta perjudicial o negativo para sus objetivos, el actor político cambia de actitud, intentando evitar que el tema acceda al terreno informativo y, si no lo puede impedir, minimizar su presencia en el espacio informativo, con la finalidad de obtener el menor impacto y resonancia pública entre la ciudadanía. Además, los políticos intentan tutelar los significados que se transmiten de sus actividades y la imagen que de ellos se ofrece en los medios, limitando el margen de maniobra de los periodistas a la hora de elaborar sus informaciones, pero logrando que se construya una realidad mediática que les favorezca¹².

En la tercera dimensión se ejerce un dominio sobre los medios periodísticos para que ofrezcan un tratamiento favorable a un sujeto u organización política a través del enfoque informativo que se da en función diversos aspectos, como la focalización del tema, el contenido seleccionado o el plano¹³ o la construcción del discurso periodístico desde el punto de vista simbólico y de los significados¹⁴.

2.1.2. Las respuestas de los medios ante los intentos de control político

Ante la falta de autonomía que se produce en la profesión periodística debido a los intentos de dominación, presión y control mediático de los actores políticos, Blumler¹⁵ propone el incremento del peso de la mediación periodística en las noticias políticas, dedicando menos tiempo a las declaraciones de los políticos y aumentando la

¹¹ Id.

¹² Id., 355-356.

¹³ SOENGAS, X. (2007): El control de la información en televisión, *Ámbitos*, 16, p. 333.

¹⁴ Op. cit. CASERO.

¹⁵ BLUMER, J. G. y GUREVITCH, M. (1995): "The crisis of public communication". *Routledge*, London –New York, 19-20.

proporción de interpretación mediática (que en prensa correspondería a la disminución de los géneros más vinculados con la información y el aumento de los géneros más vinculados a aquellos con más carga interpretativa o de opinión).

Otra forma de reducir el peso de la información política en los espacios periodísticos de actualidad que propone Mosco¹⁶ se desarrolla a través de la presión económica, imponiendo en los medios un modelo comercial basado en una búsqueda de audiencia en la que la información desempeña un papel clave. Con ello gana poder un tipo de periodismo bastante popular que margina los ámbitos considerados como “duros” (*hard news*): economía, política y cultura, en detrimento de la búsqueda de los puntos débiles y los errores cometidos por los actores políticos, fomentando la conflictividad en el ámbito político. Aunque este razonamiento de Mosco va dirigido hacia la televisión, nuestro estudio nos ayudará a descubrir si en el ámbito de la prensa española también se da o no este hecho.

Siguiendo en el contexto del predominio de la conflictividad mediática, Newton señala¹⁷ que la negatividad se apodera del tratamiento de la información sobre el sistema político. La exposición del público a este modelo informativo acaba por desmotivarlo y frustrarlo, lo que genera una gran desafección en las formaciones y líderes políticos y en las instituciones gubernamentales. Por lo tanto, sobre estos supuestos, se logra que la información periodística contribuya a aumentar la desafección política de los ciudadanos y a generar un deterioro de su compromiso cívico¹⁸.

Este procedimiento para desactivar la unión entre el poder político y los ciudadanos a través de los medios de comunicación reafirma la idea de que “la información periodística en las sociedades avanzadas actuales es un recurso clave para ejercer el

¹⁶ MOSCO, V. (2006): “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”, *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, 11, 57-79.

¹⁷ NEWTON, K. (1999): Mass Media Effects: Mobilisation or Media Malaise, *British Journal of Political Science*, 29 (4), 577-599.

¹⁸ Op. cit. CASERO, p. 361.

poder”¹⁹, una realidad que adquiere una nueva dimensión con la entrada en escena de Internet y, en especial, las redes sociales²⁰.

2.1.3. Otros colectivos con un protagonismo creciente en la escena política

Una de las consecuencias de la desafección entre ese poder político y los ciudadanos que se genera o se potencia a través de los medios de comunicación es el auge del papel que juegan los nuevos actores que se introducen en la vida ciudadana y que pueden llegar a adquirir roles de gran relevancia²¹. Se trata de sectores minoritarios y en proporción muy diversa que reclaman el reconocimiento legal y social de sus derechos. “Gays, ecologistas, deportistas, amigos de todo, múltiples asociaciones, etc., participan activamente en la batalla política diaria y los partidos políticos detentadores del poder se ven obligados a recoger sus peticiones en sus programas electorales o a atenderlas, si no figuran en ellos”²².

Para Rubio, estos colectivos se definen como “toda unión de individuos u organizaciones autónoma y organizada que lleva a cabo acciones para influir en los poderes públicos en defensa de los intereses comunes a sus miembros”²³.

El desarrollo de la prensa digital ha cambiado el panorama de la mediación periodística tradicional, dando cabida a estos sectores sociales emergentes y convirtiendo a la prensa tradicional en un modelo periodístico eclipsado por la sombra constante de la manipulación informativa. El motivo es que éstos tienen que enfrentarse a un proceso de elaboración de sus contenidos, que en numerosas ocasiones se desarrolla a través de

¹⁹ Id.

²⁰ SEGADO-BOJ, F.; DÍAZ-CAMPO, J. y LLOVES-SOBRADO, B. (2015): Líderes latinoamericanos en Twitter. Viejas costumbres para nuevos medios en tiempos de crisis políticas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 156 a 173.

²¹ DÍAZ-CAMPO, J., y SEGADO-BOJ, F. (2016): El uso de Facebook por parte de los ciberparlamentarios españoles. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 13, 365-379.

²² SANMARTÍ, J.M. (2001): Los nuevos mediadores en el periodismo político. *Binaria: Revista de comunicación, cultura y tecnología*, 1, 1579-1300.

²³ RUBIO, R. (2002): Los grupos de presión en España, una revisión pendiente. *Revista de las Cortes Generales*, 55, p. 166.

mecanismos muy complejos. Por lo tanto, la prensa escrita soporta la función de intermediación en mayor medida que los medios audiovisuales²⁴.

Frente a esto, “las versiones digitales de los periódicos son en parte una manera de disputar las ventajas de la inmediatez en manos de los medios audiovisuales, y por tanto de la pureza del mensaje, por lo menos en un primer momento”²⁵. Aunque para Martínez Albertos²⁶ la irrupción de las nuevas tecnologías tiene algunos peligros, como la sustitución progresiva del periodista profesional, acabando con un eslabón imprescindible dentro de la cadena de producción de relatos y comentarios periodísticos. El periodista, en cuanto mediador social entre la realidad del mundo objetivo y los sujetos/receptores de mensajes, puede tener los días contados.

Pero esto puede ser contraproducente, al menos en el desarrollo de los modelos periodísticos digitales, porque según Martínez Albertos²⁷, esa figura sustituta del periodista puede hacer desaparecer figuras como la del editor o propietario de los medios, porque “es indudable que unos y otros –editores/propietarios y periodistas/mediadores- perderán dos bazas definitivas para el mantenimiento de un statu quo privilegiado en el mundo de la comunicación pública”.

Torres destaca la relevancia y el protagonismo que ha tenido Internet como medio por el que adquirir mayor presencia social. Este autor apunta que la red “ha potenciado el proceso de globalización de los movimientos sociales españoles iniciados unos años atrás. También ha permitido extender el repertorio de protesta y dinamizar las formas de reclutamiento de potenciales seguidores. Además, gracias a Internet, las organizaciones de movimientos sociales cuentan con herramientas de comunicación mucho más potentes que les permite pugnar con otros actores políticos por el protagonismo en el nuevo espacio público”²⁸.

²⁴ Id.

²⁵ Id.

²⁶ MARTÍNEZ Albertos, J. L. (2001): El mensaje periodístico en la prensa digital, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, p. 31.

²⁷ Id.

²⁸ TORRES, C. y ROBLES, J. M. (2015): E-gobierno y ciberpolítica, *España 2015: Situación social*. CIS, p.1577.

Concretando más aún sobre quiénes son los actores protagonistas del espacio social actual, Herrera y Castón defienden que la ciudadanía acapara en mayor medida que el Estado la nueva cultura de los derechos humanos, caracterizada por tener como eje a las personas (*caring culture*)”²⁹.

A pesar de la fuerza que puedan tener en la sociedad actual otros colectivos con un protagonismo creciente en la escena política, hay grandes dificultades para fomentar la presencia y el protagonismo de los ciudadanos en la sociedad civil, un hecho que otorga a los medios más relevancia, por ser la vía principal que da voz a estos colectivos. Según Rubio, “en España, salvo contadas excepciones, los municipios carecen de vías efectivas de participación ciudadana y la eficacia de la sociedad civil, carente de vías de participación en los asuntos relacionados con el gobierno, sigue dependiendo de su labor en los medios de comunicación”³⁰.

2.2. La aproximación a la teoría de la *agenda-setting*

La *agenda-setting* se puede definir como “el conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda. En este sentido, lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación cuentan en su haber o seleccionan de alguna manera el índice de temas resaltados o temas que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público”³¹. Lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación seleccionan el índice de temas resaltados, temas o índices que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público. "Su nombre metafórico proviene de la

²⁹ HERRERA, M., y CASTÓN, P. (2003): *Las políticas sociales en las sociedades complejas*, Ariel, Barcelona, p.227.

³⁰ RUBIO, R. (2007): La guerra de las democracias. *Asamblea: revista parlamentaria de la Asamblea de Madrid*, 16, p. 104.

³¹ RODRÍGUEZ, R. (2004): *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. Universidad de Alicante, p. 16.

noción de que los *mass media* son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad"³².

Gracias a esta teoría, “se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad. Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias”³³.

2.2.1. Las fases de la *agenda-setting*

En el estudio de la *agenda-setting* se identifican cuatro etapas distintas³⁴:

- 1- La primera fase es la inicial, en la que se concentró la cuestión ¿quién fija la agenda pública? y, además, ¿en qué condiciones?
- 2- La segunda fase corresponde al desarrollo de las “condiciones contingentes” que median o intervienen entre la agenda de los medios y la del público, especialmente el concepto de “necesidad de orientación” de las audiencias como parte del “proceso” dentro del cual intervienen diversas fuentes de influencia. Sobre este proceso de mediación ya hemos indicado anteriormente sus características, que se vinculan estrechamente al desarrollo de la *agenda-setting*.
- 3- En 1976 se extendió la idea de la *agenda-setting* a dos nuevos dominios, uno fue la agenda de la imagen de los candidatos proyectada por los medios y aprendida por los votantes, mientras que la otra fue la agenda de atributos con los que los medios encuadran los temas relevantes tanto acerca de algunos aspectos menos explorados de la política como otros temas no electorales.

³² McCOMBS, (1996): *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*, en BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (1996), (v.o. 1994): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidós, Barcelona, p. 17.

³³ LÓPEZ-ESCOBAR, e. et al. (1996): Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: agenda-setting y consenso, *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Navarra, 1, (9), 2, 9-15.

³⁴ Op. cit. McCOMBS, 1996.

- 4- Finalmente la cuarta fase, desarrollada en los años noventa del pasado siglo, se refiere a los estudios sobre las fuentes de la agenda de los medios dentro del mercado informativo. La cuestión que surge en esta etapa es: ¿quién fija la agenda de los medios?³⁵.

2.2.2. La agenda mediática y movimientos sociales

Haciendo referencia a los movimientos sociales que pueden ejercer presión para establecer la agenda pública, Carballido³⁶ se refiere a las políticas y a las reivindicaciones feministas, gays y las relacionadas con los derechos civiles de los ciudadanos como los nuevos colectivos sociales con un protagonismo creciente en la escena política, donde podríamos clasificar las legislaciones que estudiamos.

Por lo tanto, entendemos que el hueco que han tenido en la agenda política los asuntos que analizamos se corresponde con las nuevas demandas sociales de la ciudadanía trasladadas al Congreso de los Diputados por parte de los partidos políticos, en contextos distintos en los que puede haber habido más o menos voluntad, presión social o política y necesidad de legislar, pero que en cualquier caso han sido iniciativas parlamentarias.

Sampedro³⁷ indica que la cobertura periodística de estas nuevas demandas sociales depende de los siguientes factores:

1. La controversia de las élites que diseñan y desarrollan la política pública.
2. La protesta de los activistas, que necesitarían interlocutores institucionales, y que por sí misma tiene gran seguimiento informativo. En este sentido, este autor asegura que tras periodos informativos en los que puede dominar una fuente o puede abrirse más el pluralismo de fuentes, “se terminarían imponiendo las

³⁵ CASERMEIRO, A. (2004): *Los medios en las elecciones: agenda setting en la ciudad de Buenos Aires*. Colección comunicación Editorial de la Universidad Católica Argentina, p. 23.

³⁶ CARBALLIDO, P. C. (2010): *El proceso de construcción de la violencia contra las mujeres: Medios de comunicación y movimiento feminista. Una aproximación desde la teoría del framing*, Universitat Jaume I, Castellón de la Plana, p. 114.

³⁷ SAMPEDRO, V. (1996): *Nuevos movimientos sociales, agendas políticas e informativas: el caso de la objeción de conciencia*, Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones, CEACS: Madrid.

reglas institucionales del periodismo convencional, que privilegian a los actores con más recursos en otras esferas”.

La creación de la agenda mediática se puede observar desde la perspectiva de tres modelos clásicos³⁸:

1. El elitismo puro se corresponde con un control jerárquico de la agenda política, donde las élites dominan todos los temas de atención pública, respaldadas por sus privilegios e intereses comunes. Frente a las nuevas demandas sociales las élites pueden optar por la inactividad política, lo que conllevaría la marginación por parte de la prensa. Las herramientas de este elitismo son la censura y la autocensura. La prensa confirmaría el carácter ilegítimo de ciertas reivindicaciones, y caracterizarían a los actores que las expresan como grupos antisistema, sin consistencia ni respaldo público.
2. Otro modelo es el pluralista, que se corresponde con la innovación política, que permite incorporar nuevos temas y participantes en la agenda.
3. Desde el elitismo institucional se optaría por institucionalizar el conflicto, captando a los grupos opositores mediante incentivos. Esto conduce hacia la trivialización mediática, debido a la progresiva pérdida de interés noticioso de los temas no integrados en la agenda política.

Los tres modelos de construcción de la agenda mediática nos permiten observar que la prensa tiende a usar unas determinadas fuentes y no otras alternativas para informar sobre los hechos sociales. Dada esta situación, se seleccionan unos determinados actores de la información y se excluyen otros, se define también una determinada naturaleza del fenómeno, se genera una serie de estereotipos y se presenta una información descontextualizada que no indica causas, efectos ni responsables³⁹.

Basándonos en los estudios citados, el tratamiento periodístico es el resultado de la observación de determinadas conductas del periodista, como la objetividad. Sin

³⁸ Id.

³⁹ RODRIGO, M. y MARTÍNEZ N., M. (1996): Minorías étnicas y prensa europea de élite, *Revista Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*. Barcelona, 33, 135-170.

KENSICKI, L. J. (2004): No Cure for What Ails Us: The media-constructed disconnect between societal problems and possible solutions. *Journalism and Mass Communications Quarterly*, 81, 53-73.

embargo, esta consecuencia parece ligada al hecho de que la función primaria en la que se centra el periodismo es la de proporcionar una información de “familiaridad” con la realidad social y la indicación de aquello que sorprende (en función de los valores tradicionales de noticia)⁴⁰.

De este modo, la forma de presentar en los medios de comunicación el aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual se enmarca dentro de las características del más general tratamiento informativo de los hechos sociales y de la sociedad española en particular.

2.2.3. La canalización o tematización de la teoría

La teoría de la *agenda-setting* surge a finales de los años sesenta del siglo XX en el marco positivista de la "*communication research*" norteamericana para describir la "orientación, conducción o canalización que las mentes de los ciudadanos sufren hacia unos repertorios de temas de preocupación pública, en detrimento de otros que no son mencionados o destacados, como consecuencia de la selección previa de asuntos que realizan los *mass media*"⁴¹. Es lo que lleva a Dader⁴² a definir este proceso comunicativo como "canalización" o "reduccionismo de la realidad".

Los medios predeterminan las preocupaciones de actualidad del público general, a partir de la restricción selectiva operada por los principales agentes intermediarios entre la compleja realidad social y el reducido universo perceptivo de cada individuo o grupo de individuos⁴³.

Para Cohen⁴⁴, "la prensa no puede tener éxito durante mucho tiempo diciéndole a la gente qué tiene que pensar, pero sí en cambio, diciéndole sobre qué tiene que pensar". McCombs y Shaw⁴⁵ apuntan que hay “una elevada relación entre la agenda de los

⁴⁰ UNIÓN ROMANÍ (1999): *La prensa española ante el Pueblo Gitano 1998-1999*. Disponible en:

http://www.unionromani.org/per9899_es.htm

⁴¹ DADER, J. L. (1990a): Las provincias periodísticas de la realidad. *Comunicación y Sociedad*, 1, p. 295.

⁴² Id. Pág. 94.

⁴³ Id. Pág. 298.

⁴⁴ COHEN, B. (1963): *The press and foreign policy*. Princeton University Press, Princeton, p. 13.

⁴⁵ MCCOMBS, M. y SHAW, D. (1993): The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years on the marketplace of ideas, *Journal of Communication*, 43, 58-67.

medios de comunicación y la agenda de los ciudadanos, entre los temas a los que los medios de comunicación dan relevancia y los temas que la gente consideraba importantes”. Según Canel⁴⁶, estos autores llegaron a la conclusión de que “los medios consiguen trasladar a la audiencia la prioridad que ellos mismos otorgan a los temas, estableciendo así la agenda del público, debido a que “transfieren a éste la jerarquía de los temas”. Además, esta autora indica que los ciudadanos acusan más los efectos de *agenda-setting* cuando hay más necesidad de orientación, es decir, cuando el receptor necesita realmente la información⁴⁷.

Luhmann fue uno de los autores que fueron perfilando desde 1970 el concepto de tematización para referirse al proceso por el cual las sociedades construyen socialmente una atención prioritaria sobre unos acontecimientos que se instalan como punto de referencia ante la atención pública. Según esta línea explicativa⁴⁸, prestar interés social sobre unas cuestiones en detrimento de otras es posible y, además, es necesario como mecanismo funcional para reducir la complejidad de sentidos y actividades que se producen en las sociedades evolucionadas.

En referencia al proceso de construcción de la canalización o tematización mediática, sería correcto hablar de primer nivel para designar el proceso de selección de temas y de un segundo nivel para aludir al resto de factores implicados, prestando especial atención a los contextos de enmarcado que se aplican a los asuntos inicialmente seleccionados. Sin embargo, la progresiva evolución de la teoría de McCombs y sus seguidores -desde 1972 hasta en los últimos años⁴⁹- se ha presentado también por este autor como un avance mejorado desde los primeros estudios acerca del primer nivel hasta la segunda fase, en la que, como ya hemos indicado, se descubría la importancia de los atributos y

⁴⁶ CANEL, M. J. (1999): *Comunicación Política. Técnicas y Estrategias para la sociedad de la información*, Tecnos, Madrid, p. 189.

⁴⁷ Id.

⁴⁸ LUHMANN, N. (ed. 1995): *Poder* (v.o. 1975). Barcelona. Anthropos-Universidad Iberoamericana.
LUHMANN, N. (ed. 1978): *Opinione Pubblica* (v.o. 1970), en Ibid. Stato di Diritto e Sistema Soziale, Guida, Napoli.

GROSSI, G. (1981): Professionalità e casi eccezionali, *Problemi dell'Informazione*, 6 (1), 71-86.

⁴⁹ MCCOMBS, M. (ed. 2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (v.o. 2004) Barcelona. Paidós, p. 225.

aspectos específicos que se destacaban conforme a ciertos enmarcados), ordenándose complementariamente en cuatro fases los sucesivos objetos de estudio considerados⁵⁰:

- 1ª. La influencia de la agenda mediática sobre la de las audiencias.
- 2ª. Las distintas condiciones y factores que reforzarían o disminuirían esa influencia.
- 3ª. El salto desde los efectos sobre la atención a los efectos sobre la comprensión.
- 4ª Los orígenes de la agenda mediática en competencia con las agendas institucionales de otros actores sociales.

Los conceptos de canalización mediática y enmarcado forman parte de un mismo fenómeno integral, el de la corriente dominante de la información que recibe atención pública prioritaria⁵¹. Este autor apunta las entradas al sistema mediático (la presión de las organizaciones, las ideologías, etc.), los procesos (construcción de los marcos o *frame-building*), y las salidas (marcos mediáticos); mas un proceso intermediador entre medios y audiencias, que sería el establecimiento de los marcos (*frame-setting*), y de nuevo, entradas al sistema de las audiencias (marcos de las audiencias), procesos (efectos individuales del enmarcado) y salidas (atribuciones de responsabilidad, actitudes, etc.). Finalmente, cerrando el proceso se encuentra una corriente de influencia entre audiencias y medios, a partir de la condición de periodistas de parte de las audiencias.

El proceso de la canalización periodística es una "necesidad" del sistema para la "afirmación en su rol de los profesionales, el sostenimiento institucional de la propia actividad periodística y todavía mucho más: el alimento indispensable del propio orden mental de las audiencias. Los receptores de noticias sencillamente se volverían locos o

⁵⁰ Id.

⁵¹ SCHEUFELE, D. A. (1999): Framing as a Theory of Media Effects, *Journal of Communication*, 49, p. 114.

no podrían soportar el caos de un tratamiento de la actualidad no sometido a la tipificación relajante de unos encuadres estándar"⁵².

2.2.4. La construcción de las agendas de los medios

La creación de las agendas es un proceso en el que influyen diversos factores. No depende exclusivamente de la aplicación de una serie de rutinas profesionales internas, sino que en su ejecución operan toda una serie de instituciones externas en competencia, que intentarán imponer a los medios los aspectos de sus propias agendas que a cada grupo o institución les resulten más favorables. Este proceso previo es la *agenda-building*. Detrás de este concepto se intenta aludir al problema de "cómo son influidas las élites políticas y rectoras de una sociedad en su proceso de establecer unas prioridades de atención"⁵³. Se trata, por tanto, en conocer qué temas son promovidos con mayor éxito por unas instituciones o agentes sociales en competencia con otros, y en consecuencia, se imponen en la agenda temática que finalmente los medios de comunicación de masas publican. En este punto, Dader⁵⁴ se cuestiona el proceso por el que un asunto de preocupación pública logra la categoría de prioridad institucional (*policy issue*).

Para este autor⁵⁵, "hay temas que suscitan la preocupación y actuación de las instituciones tras meses de canalización temática de los periodistas. En otros casos es la selección temática de las instituciones la que tiene repercusión posterior en los medios de comunicación. También puede darse un complejo proceso de recíprocas influencias y refuerzos de canalización convergente entre medios, instituciones y público... e incluso las actuaciones de la Administración para influir en la selección temática de los medios periodísticos, en la línea requerida para justificar la selección de prioridades institucionales del Gobierno".

⁵² DADER, J. L. (1990b): Las provincias periodísticas de la realidad, *Comunicación y Sociedad*, 2, p. 125.

⁵³ Id., pág. 298.

⁵⁴ Id., pág. 299.

⁵⁵ Id.

Sobre la forma en que se establece la agenda de temas de los medios de comunicación, - cuestión que corresponde a la cuarta fase de la *agenda-setting*⁵⁶ - cabe decir que se trata de un planteamiento que sirve para analizar las influencias institucionales (de partidos, de oficinas de relaciones públicas, de gobiernos, etc) que actúan sobre los medios, y buscar, tanto en la cultura periodística como en las organizaciones que actúan como fuentes informativas el porqué y el cómo de los mensajes políticos de los medios de comunicación⁵⁷.

Gandy sugiere⁵⁸ "ir más allá de la *agenda-setting* para determinar quién establece la agenda mediática, cómo, para qué propósitos y con qué impacto en la distribución de poder y valores en la sociedad". Estas investigaciones determinan que la agenda de temas de los medios depende de los siguientes factores⁵⁹:

- De los periodistas.
- Del intento que las instituciones políticas realizan para ocupar espacio en las noticias.
- De los partidos políticos.
- De las agencias de noticias.
- De los gabinetes de comunicación.
- De la competitividad que hay entre los medios.
- Del sistema de partidos políticos.
- De las actitudes profesionales de los periodistas.
- De los códigos de objetividad de la cobertura de la información política.

Por su parte, Sampedro (1996) afirma que la construcción de las agendas de los medios de comunicación muestra el poder de diferentes agentes sociales para introducir nuevos temas y argumentos en el debate público. Aunque, según apunta, la relación entre las

⁵⁶ Op. Cit. McCOMBS, 2006.

⁵⁷ SEMETKO, H. A. y CANEL, M. J. (1997): Agenda-Senders versus Agenda-Setters: Television in Spain's 1996 Election Campaign, *Political Communication Journal*, 14, 457-479.

⁵⁸ GANDY, O. (1991): Beyond Agenda-Setting, *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion and Policymaking*, New Jersey. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers, 237-249.

⁵⁹ Op. cit. CANEL, M. J. 1999, p. 191.

agendas de los medios y las de los políticos existe una estrecha relación. Ambas agendas "expresan la distribución de una forma de poder. Este poder -control de la agenda- se traduce en la capacidad para asignar relevancia a un problema social, atribuirle prioridad y fijar sus posibles soluciones, descartando otras alternativas".

La relación entre la agenda política y la de los medios tiene muchos vínculos en común que las interrelaciona. "La actividad política tiene tal dimensión comunicativa que las agendas se construyen de forma casi simultánea: se necesitan una a otra. La política oficial constituye una de las materias primas de la información, y ésta última aporta la retórica y publicidad que necesita todo proceso político moderno" (Sampedro, 1996).

En el gráfico 2.1 podemos observar el ciclo transversal que existe entre todas las partes que componen el proceso de la *agenda-setting*.

Gráfico 2.1. Principales elementos del proceso de la *agenda-setting*.



Fuente: Rogers, E. M. y Dearing, J. W. (1988). Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going? In J. A. Anderson (Ed.), Communication yearbook, 11 CA: Sage.

2.2.5. Los tipos o niveles de "agenda"

Finalmente, la forma en que se perciben los distintos procesos de canalización exige hacer una relación de los diferentes tipos de agenda, teniendo en cuenta los ámbitos afectados y aquellos que mantengan estos repertorios temáticos: a cada persona, a las conversaciones entre personas, las instituciones, etc., con el fin de ver cómo el repertorio de temas de cada sujeto de la comunicación, siendo diferente, se encuentra afectado y afecta al resto de sujetos. Encontramos, por tanto, que el núcleo de los

objetivos de la investigación empírica se centraría en determinar qué tipo o nivel es el que influye o canaliza a los restantes⁶⁰.

La relación recíproca existente entre "agenda de los medios" y "agenda del público", que aparece en los primeros estudios sobre el fenómeno se complica, según Dader, al descubrirse por la línea investigadora paralela de la *agenda building* un nuevo foco de atención llamado "agenda institucional"⁶¹. Así, siguiendo a este autor, podemos enumerar los siguientes tipos de agendas:

- a. Agenda individual intrapersonal (*individual issue salience*): repertorio de preocupaciones sobre cuestiones públicas que interioriza cada individuo.
- b. Agendas interpersonales manifestadas (*perceived issue salience*): repertorio de temas que los individuos mencionan en sus discusiones con sus grupos de comunicación interpersonal. Temas que los sujetos perciben como interesantes para las otras personas con las que se relacionan.
- c. Agenda de los medios periodísticos (*media agenda*): repertorio temático destacado por los medios periodísticos.
- d. Agenda pública (*public agenda*): repertorio de temas que de manera generalizada, y no sólo en sus relaciones interpersonales cotidianas, la colectividad estima que son los temas a tener en cuenta o de referencia común general. Coincidiría con lo que algunos autores llaman "*community agenda*".
- e. Agendas institucionales (*policy agenda*): repertorio de prioridades temáticas que cada institución establece como elenco de sus preocupaciones de decisiones.

2.2.6. Los modos de canalizar

Dader⁶² enumera igualmente, cinco modos de canalizar; los tres primeros, son clásicos, siguiendo a Saperas⁶³:

- a) Filtro básico entre conocimiento/secreto ("*Awareness model*").
- b) Establecimiento de jerarquías de prioridades ("*Priorities model*").

⁶⁰ Op. cit. DADER, 1990a, p. 304.

⁶¹ Id. pág. 303.

⁶² Id. pág. 304.

⁶³ SAPERAS, E. (1987): *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Ariel, Barcelona, p. 69.

- c) Realce de un ángulo o aspecto particular del tema genérico ("*Salience model*").
- d) Consolidación rutinaria de falsas imágenes: las rutinas profesionales propician que los periodistas den por buena, y repitan, la imagen creada o aceptada en primer lugar.
- e) Función de articulación de pre-opiniones latentes e informes, según afirmó Noelle-Neumann⁶⁴: "Los medios proporcionan a la gente las palabras y las expresiones que pueden usar para defender sus puntos de vista. Si la gente no escucha a menudo expresiones o frases hechas que apoyen sus puntos de vista, se mantendrán en silencio, como si fueran mudos". Estos modelos de canalización conforman la delimitación de los actores protagonistas y los atributos dialécticos con los que esos actores y los periódicos recogen la carga informativa sobre las leyes que abordamos en este trabajo.

2.2.7. La proximidad entre las teorías del *framing* y *agenda-setting*

La teoría de la *agenda-setting* se ha vinculado a la teoría del *framing* o de los marcos por la proximidad que algunos autores apuntan que hay entre las dos. El debate sobre la relación entre ambas, los objetivos diferenciadores y sus concomitancias todavía no se han resuelto⁶⁵. Varios autores defienden⁶⁶ que la teoría del *framing* es el desarrollo lógico de la *agenda-setting* y hablan del segundo nivel de la *agenda setting*.

Otros autores⁶⁷ opinan que la teoría del *framing* tiene entidad propia y se diferencia de la *agenda-setting* en que sus orígenes sociológicos se basan en el constructivismo, por lo que difiere en sus objetivos explicativos, ya que no sólo de manera prioritaria se

⁶⁴ NOELLE-NEUMANN, E. (1984): *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. University of Chicago Press, Chicago, pág. 173.

⁶⁵ SCHEUFELE, D. A. y TEWSBURY, D. (2007): Framing, Agenda Setting and Priming. The evolution of three media effects models, *Journal of Communication*, 1, p. 9-21.

⁶⁶ McCOMBS, M. y GHANEM, S. (2001): *The convergence of agenda setting and framing*, en REESE, Stephen D., GANDY, Oscar H. y GRANT August, E. (eds.): *Framing public life Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence. Erlbaum, Mahwah, 67-83.

McCOMBS, M. (2004): *Setting the agenda: the mass media and public opinion*, Polity Press, Oxford.

GOLAN, G. y WANTA, W. (2001): Second level agenda setting in the new hampshire primary: a comparison of coverage in three newspapers and public perceptions o candidates. *J & MC Quartely*, 2 (78), 247-259.

⁶⁷ VAN GORP, B. (2007): The constructivist approach to framing: bringing cultura back in. *Journal of communication*, 57 (1), 60-78.

centra en la causalidad -intentando dar cuenta de los posibles efectos mediáticos en la audiencia- sino que otro gran objetivo es dar cuenta y analizar la idea de encuadre como resultado de procesos interactivos en diferentes momentos del proceso de comunicación. Maher⁶⁸ destaca como una clara diferencia entre ambas teorías que el análisis de *framing* incide más en el aspecto cualitativo de los contenidos mediáticos, en el contexto cultural y la forma en la que se presentan ante la audiencia los temas desde una perspectiva social determinada con el fin de conectar con ella.

Para Rodríguez⁶⁹, los medios de comunicación delimitan el conjunto de temas que pasan a ser objeto de debate, de consideración o preocupación en la agenda ciudadana, mientras que la teoría del *framing*, da un paso más y analiza la manera en que se abordan los temas que son objeto de atención por parte de los medios de comunicación, analizando las perspectivas desde las que se muestran esos temas y la interpretación o imagen prioritaria se ofrece de cada asunto que tratan los medios.

Es decir, que la teoría del encuadre “va más allá de los presupuestos que plantea la *agenda-setting*, haciendo hincapié en cómo se abordan los temas que son objeto de atención por parte de los medios de comunicación. Trata sobre todo de analizar las perspectivas o vertientes desde las que se abordan esos problemas o temas, y como resultado que interpretación o imagen prioritaria se ofrece de los mismos”⁷⁰.

Por lo tanto, el *framing* nos permite observar la atribución de características desde los que se aborda un asunto, que es el objetivo marcado en nuestra tesis para saber cómo los políticos, los grupos sociales y los medios de comunicación defienden sus posturas sobre el matrimonio homosexual, el aborto y el divorcio. Para ello, hemos sintetizado las características de la teoría, señalando lo más relevante que se ha ido desarrollando sobre el uso de marcos hasta el momento actual.

⁶⁸ MAHER, T. M. (2001): *Framing: an emerging paradigm or a phase of agenda setting?* En REESE, S.D., GANDY, O.H., y GRANT, A. (eds.): *Framing public life. Perspective on media and our understanding of the social world*, Mahwah, NJ. Lawrence Erlbaum Associates, 83-94.

⁶⁹ RODRÍGUEZ, R. (2004): *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. Universidad de Alicante.

⁷⁰ Op. cit. CARBALLIDO, 2010, p. 220.

Tras un desarrollo irregular, limitado y muy diversificado, los estudios del *framing* han logrado situarse en un espacio científico propio reconocible, y se localizan en una cuarta oleada de paradigmas comunicativos⁷¹. Por ello, en la actualidad, estos estudios muestran la consolidación de esta teoría, su creciente importancia a nivel internacional, y también el progresivo arranque dentro de la investigación española⁷². Son un caso de los *negation models* que desde la década de los ochenta del siglo pasado reinterpretan y matizan el regreso de las teorías de efectos poderosos de la década anterior, añadiendo la predisposición de la audiencia, así como otras variables en el procesamiento de los mensajes⁷³. El éxito y la difusión internacional de la teoría del *framing* han conseguido que el encuadre periodístico se convierta en un concepto clave que resulta imprescindible para comprender los efectos cognitivos de los medios de comunicación⁷⁴, de la misma forma que lo lograron otras teorías como de forma similar a teorías consolidadas como *agenda-setting* o la del *priming*⁷⁵.

2.3. Definición de marco o *frame*

No hay unanimidad en describir lo que es el *framing*. Como asegura Scheufele⁷⁶, sigue vigente la fractura acerca de esta teoría, sobre su origen, su formulación y la justificación del *framing* en la teoría de la comunicación. A pesar de la inexistencia de una definición clara y concreta sobre lo que es el *framing*, D'Angelo⁷⁷ defiende que no

⁷¹ McQUAIL, D. (2005): *Mass communication theory*. Thousand Oaks, California.

⁷² VICENTE, M. y LÓPEZ, P. (2009): Resultados actuales de la investigación sobre *framing*: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Revista de estudios de comunicación Zer*, 14 (26), p. 13-34.

⁷³ Op. cit. SCHEUFELE, D. A. y TEWSBURY, D., 2007, p. 11.

⁷⁴ Op. cit. SAPERAS, 1987.

⁷⁵ SCHEUFELE, D. A. (2000): Agenda setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication, en *Mass Communication and society*, 3.

Op. cit. MAHER, 2001.

WEAVER, D.H. (2007): Thoughts on agenda setting, framing and priming. *Journal of Communication*, 57 (1), 142-147.

⁷⁶ Op. cit. SCHEUFELE, 1999, pág. 103-122.

⁷⁷ D'ANGELO, P. (2002): News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52 (4), p. 871.

es posible unificar las distintas perspectivas teóricas y metodológicas en un solo paradigma, y que, además, hacerlo sería contraproducente para el estudio de esta teoría, dado que han sido precisamente las aportaciones que se reciben de las múltiples perspectivas lo que ha permitido una mayor comprensión del proceso de encuadre. Por este motivo, lo concibe como un programa de investigación multi-paradigmático, y añade que “no hay, ni debe haber, un único paradigma del *framing*. Más bien, el conocimiento sobre el *framing* se ha ido acumulando porque el programa de investigación alienta a los investigadores a emplear y refinar muchas teorías sobre el proceso de encuadre bajo la guía de distintas perspectivas paradigmáticas sobre la relación entre los *frames* y sus efectos. La diversidad teórica y paradigmática ha llevado a una visión comprensiva del proceso de encuadre, no a descubrimientos fragmentados en agendas de investigación aisladas”.

Los encuadres son para Gitlin⁷⁸ patrones persistentes de cogniciones, énfasis y exclusión, mediante los que los manipuladores de símbolos –como los periodistas– organizan el discurso de forma habitual, sea de forma verbal o visual. Gitlin⁷⁹ utilizó el término *frame* al estudiar el movimiento estudiantil norteamericano en los años 60 del siglo pasado. “La particularidad de los movimientos que surgieron en Estados Unidos y Europa en esos años es que comenzaron a cuestionar los postulados sobre las diferencias económicas y de clase como única explicación de la acción colectiva”⁸⁰.

Por su parte, Bateson⁸¹ empleó el concepto de *frame* para referirse al proceso de recepción de los mensajes, es decir, al marco de interpretación, pues los receptores se quedan con determinados rasgos de la realidad, y no con todos.

Lakoff⁸² afirma que la gente piensa mediante marcos. La verdad, para ser aceptada, debe encajar en los marcos. Sobre las legislaciones acerca del aborto, el matrimonio

⁷⁸ GITLIN, T. (1980): *The Whole World is Watching. Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley. University of California Press, p. 7.

⁷⁹ Id.

⁸⁰ ARUGUETE, N. (2011): *Framing. La perspectiva de las noticias*, en *La Trama de la Comunicación*. UNR Editora.

⁸¹ BATESON, G. (1972): *A theory of play and fantasy (Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology)*. Ballantine Books. New York, p. 62.

homosexual y el divorcio nos encontramos con diversas “verdades”, que definen las dos posturas enfrentadas: unos a favor y otros en contra. Para intentar situar a la sociedad en uno u otro bando, los medios y los políticos han de usar sus mejores armas y captar el apoyo de la mayoría⁸³. Prueba de ello es el discurso, las ‘verdades’ enfundadas en los marcos representadas a través de la opinión que emiten los medios escritos y las posiciones políticas que recogen los diarios sobre las leyes aprobadas en España acerca del aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual.

Para este autor, la clave está en ganarse a la gente de centro, quienes tienen dos dimensiones distintas de modelos de familia. Ellos pueden activar el modelo político a favor de un partido o a una tendencia concreta⁸⁴. En nuestro caso sería estar a favor o en contra a las leyes que se han debatido en nuestro país sobre los temas que analizamos.

Tuchman⁸⁵ habla de noticias novedosas que acaban convirtiéndose en relatos con gran recorrido e interés mediático. Según este autor, en la selección de noticias de los medios de comunicación se dan algunos procesos por los cuales las novedades se convierten en historias que ocupan un tiempo y un espacio en el mundo de las noticias. El autor también afirma que el *frame* no es únicamente el resultado que plasma el periodista como miembro de una sociedad, sino que en el proceso de elaboración de la noticias interfieren además las características del medio.

Goffman⁸⁶ aseguró que los ciudadanos no pueden entender el mundo en su totalidad y, por tanto, clasifican e interpretan las experiencias de su vida. Estas interpretaciones están condicionadas por la sociedad, debido a la convivencia que se da en la sociedad con normas heredadas, adquiridas y transmitidas. Esos parámetros que condicionan la interpretación que hacemos de la realidad están muy vinculados a la teoría del *framing* o teoría de los marcos, ya que los *frames* o marcos son los contextos en los que se

⁸² LAKOFF, G. (ed. 2007): *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político* (v.o. 2004). Editorial Complutense. Madrid, p. 39.

⁸³ Id., p. 45.

⁸⁴ Id.

⁸⁵ TUCHMAN, G. (1978): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili, p. 2.

⁸⁶ GOFFMAN, E. (1974): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. New York. Harper Colophon.

presentan los eventos, y en el proceso de elaboración de una noticia periodística influyen aspectos vinculados a esos condicionantes sociales⁸⁷, como veremos más adelante.

Fijarnos en las definiciones de “marco” y “*frame*” de algunos de los diccionarios más conocidos nos puede ayudar a comprender el rango de significación en el que se encuentra el concepto apelado cuando utilizamos estos términos en el marco de esta investigación.

El diccionario Longman⁸⁸ ofrece como definición de “*frame*”, las siguientes definiciones (en inglés en el original):

-Sustantivo:

1. Borde en el que algo encaja.
2. Estructura en la que algo está construido.
3. Cuerpo animal o humano.
4. Fotograma de una película.
5. Marco mental (frame of mind), estado mental en un momento determinado.

-Verbo transitivo:

1. Poner en un marco
2. Dar forma, expresar: *frame a question*
3. Uso informal: hacer que un inocente parezca culpable de un crimen.

El Diccionario Oxford Español-Inglés/Inglés-Español⁸⁹ traduce “*frame*” en sustantivo como “marco” para referirse al borde de una pintura, dibujo, cuadro o de una ventana o puerta; también ofrece otros significados que pueden ser ilustrativos del campo semántico de este término: “armazón” cuando se refiere a la estructura de un edificio,

⁸⁷ RACHLIN, A. (1988): *News as Hegemonic Reality. American Political Culture and the Framing of News Accounts*. Nueva York, Praeger, p. 3.

⁸⁸ LONGMAN (1993): *Top pocket English Dictionary*. Essex. Longman Group, p. 206.

⁸⁹ Diccionario Oxford Español-Inglés/Inglés-Español (2001): Ed. Oxford.

barco o plano; como “bastidor” para un coche o moto; “cuadro” para una bicicleta, etc. Respecto al verbo, lo traduce como “enmarcar” un cuadro, “enmarcar” o “encuadrar” una escena, una fisonomía o una apariencia; “elaborar” o “formular” un plan, un acuerdo o una respuesta; así como “formar palabras”. Además, existen las acepciones “*frame of mind*”, muy parecida a la ya descrita o “*frame of reference*” que traduce como “marco de referencia” y “sistema de coordenadas”.

El Diccionario de la lengua española Real Academia de la Real Academia Española (RAE)⁹⁰ aporta varias acepciones de marco, que nos resultan muy útiles y oportunas para nuestro estudio. Es un término que procede del germánico *mark*, “patrón o tipo por el que debían regularse o contrastarse las pesas y medidas” para pesar oro y plata, pero también de la medida del largo, ancho y grueso de los maderos. También puede ser el empleo figurado como “ambiente o pasaje que rodea algo” o “límites en que se encuadra un problema, cuestión, etapa histórica, etc. *En el marco de la Constitución. En el marco de una teoría*”.

Varios autores⁹¹ señalan que una de las propuestas más aceptadas dentro de la investigación en comunicación es la definición de *frame* que propone⁹²: “Encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto comunicativo, de tal modo que se propone una definición concreta al problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento de ese problema concreto”.

⁹⁰ Real Academia de la Real Academia Española (RAE) (1994): Diccionario de la lengua española.

⁹¹ SÁDABA, M. T. (2008): *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.

MUÑIZ, C., IGARTUA, J. J. y OTERO, J. A. (2006): Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido. *Comunicación y Sociedad*, 19 (1), 103-128.

⁹² ENTMAN, R. (1993): *Framing: toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of communication*, 43, 51-58.

La definición de Entman influye en la descripción que hacen Tábara y otros⁹³ de marco, quienes además consideran que el contenido de los marcos culturales incluye los siguientes elementos:

- a) Una perceptibilidad: A partir de los marcos culturales, se seleccionan aquellos objetos de la realidad a los que uno debe prestar atención. De este modo, subrayan aquello que es destacable o importante observar, así como aquello que debe ampliarse, reducirse, recordarse u olvidarse de la conciencia pública o individual. Implícitamente contienen también una estética de lo percibido como bello e ideal o como desagradable y desechable.
- b) Una racionalidad: Proporcionan una estructura para valorar lo lógico y lo ilógico, a la vez que suministran un sistema de significado para interpretar la realidad. De esta manera, un marco cultural permite explicar racionalmente tanto las causas como las consecuencias de un determinado fenómeno o proceso.
- c) Una moralidad: Incluye juicios de valor para decidir sobre lo que es moralmente bueno o malo de la parte seleccionada de la realidad.
- d) Una prescriptividad: Prescriben, de forma implícita o explícita, lo deseable y lo indeseable de los posibles cursos de acción, a la vez que proponen un orden sobre cómo se debería actuar en cada caso.

Existen otras muchas definiciones de frame. Queremos destacar la traducción de *news frames* como “encuadre noticioso” la “más acertada” al español⁹⁴.

Otra propuesta sobre el *framing* es la que aporta el equipo de investigación del Observatorio de Contenidos Audiovisuales de la Universidad de Salamanca: “Un encuadre noticioso remite al ángulo, enfoque, perspectiva o tratamiento de una información que se manifiesta en la elección, énfasis o importancia atribuida a diferentes elementos y, en particular, en la forma en la que covarían dichos elementos

⁹³ TÁBARA, J. D.; COSTEJÀ, M.; Van WOERDEN, F. (2004): *Las culturas del agua en la prensa española. Los marcos culturales en la comunicación sobre el Plan Hidrológico Nacional*, Papers, 73, p. 158.

⁹⁴ SÁDABA, M. T. (2002): Origen, aplicación y límites de la ‘teoría del encuadre’ (*Framing*) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 2, 143-175.

más o menos enfatizados en un texto. Mediante el análisis de la covariación o correlación entre el énfasis o importancia atribuida a cada elemento en los textos informativos es posible extraer los encuadres noticiosos como índices que permiten calificar o cualificar un mensaje individual o un sistema de mensajes (un conjunto o una muestra amplia de noticias). De este modo, en una misma noticia es posible identificar más de un encuadre, aunque uno de ellos resulte dominante. Por tanto, las palabras y expresiones clave relacionadas con los lugares geográficos, espacios físicos y temporales, actores protagonistas y acciones realizadas por / sobre ellos, atributos asociados al objeto de estudio son indicadores manifiestos a partir de los cuales se puede reconstruir la estructura latente y las dimensiones subyacentes del tratamiento informativo”⁹⁵.

La teoría del *framing* se acerca a la idea de que el trabajo periodístico se desempeña de forma rutinaria. Gitlin⁹⁶ indica que es sobre todo una manera de vehicular los temas, una herramienta que se necesita para rebajar la dificultad de los temas⁹⁷ que permite que los periodistas utilicen mucha información acerca de múltiples temas de forma rápida. Los marcos son patrones persistentes de conocimiento que se construyen en pautas regulares de selección y tratamiento de los temas⁹⁸. En los medios de comunicación, cuando el nivel de desconocimiento o de poca familiaridad acerca de un tema es alto, esto se transforma en el único modo de acceso para conocer lo que sucede, erigiéndose en una posición dominante para organizar la realidad.

Amadeo y Aruguete⁹⁹ aseguran que el *framing* “tiene una riqueza conceptual poco común. Nos recuerda que la comunicación no es lineal, que supone retroalimentación

⁹⁵ IGARTUA, J. J.; MUÑIZ, C.; CHENG, L. (2005): La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso”. *Revista Migraciones*, 17, p. 158.

⁹⁶ GIMÉNEZ, P. y BERGANZA, M. R., (2009): *Género y Medios de Comunicación*. Madrid, Fragua.

⁹⁷ SCHEUFELE, D. A. y TEWSBURY, D. (2007): Framing, Agenda Setting and Priming. The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 1, p. 9-21.

⁹⁸ MÁIZ, R. (2003): *La construcción mediática de la nación: marcos interpretativos identitarios en la prensa gallega (1977-1981)*, en SAMPEDRO, V.: *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Icaria Barcelona, 105-124.

⁹⁹ ARUGUETE, N. y AMADEO, B. (2013): Medios y miedos. La cobertura de la inseguridad en la Argentina. *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales*. Universidad Nacional de La Matanza, 3, p. 30.

constante, que está en permanente movimiento y que este juego —en el que el emisor y el receptor alternan sus lugares para escucharse y pensar cómo continuar el diálogo— no depende exclusivamente de los intereses de un medio de comunicación, ni de la perspectiva de un periodista, ni de una audiencia cautiva que replicará ad infinitum lo que los medios le digan: esto supondría que carecen de herramientas para luchar contra la fuerza alienante de los medios”.

Tankard¹⁰⁰ definió el *frame* como “un encuadre es una idea central organizadora del contenido informativo que brinda un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración”. Esta definición “significó un avance en la investigación en comunicación¹⁰¹.

En la misma línea que Tankard se encuentra Entman¹⁰², para quien la tarea periodística de encuadrar y de definir partes de la realidad conlleva un conjunto de mecanismos entre los que destacan la selección, el énfasis en determinados aspectos, el uso de determinadas palabras, las características que se le asigna, la exclusión de otras y la elaboración de todo ello. El resultado de todo ello es que los encuadres se convierten en guías para la interpretación y nos permiten localizar, identificar y etiquetar los rasgos destacados en conjunto.

Pride¹⁰³ ve la creación de sentido de los acontecimientos como una construcción social de la que forman parte los medios. Los *critical events* llaman a la definición colectiva de un problema social. Es en este momento que los activistas y los periodistas compiten, junto a otras fuerzas sociales, por el significado atribuido a los temas en cuestión. Los eventos críticos aceleran la definición colectiva de los problemas sociales, ya que estimulan la competencia entre los significados atribuibles a nuevos aspectos problemáticos de nuestras vidas colectivas.

¹⁰⁰ TANKARD, J.W. (2001): *The empirical approach to the study of media framing*. En Reese, S.D., Gandy, O.H. y Grant, A.E. (Eds.) *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, Mahwah, NJ. Erlbaum, 95-106.

¹⁰¹ Op. cit. ARUGUETE, 2011, 70.

¹⁰² Op. cit. ENTMAN, R. (1993): *Framing: toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of communication*, 43, 51-58.

¹⁰³ PRIDE, R. A. (1995): How Activists and Media Frame Social Problems: Critical Events Versus Performance Trends for Schools. *Political Communication*, 12, 5-6.

De este modo, si las características reales del problema son importantes para su definición social, este problema será importante y movilizará dependiendo de la competencia que se dé entre los actores que lo definen. Además, señala Pride, los eventos críticos son hechos reales que rompen de manera brusca las rutinas a las que la sociedad está acostumbrada, por lo que llaman la atención sobre los actores sociales, quienes pueden redefinir el sentido del evento.

Aportando una visión más radical sobre esto, Brosius y Eps¹⁰⁴ hablan de eventos clave (*Key Events*) para destacar aquellos acontecimientos que necesitan más atención por parte de los medios. No sólo los temas clave reciben amplia cobertura, también aquellos relacionados con los eventos. Tanto la postura de Pride -que considera que es la sociedad quien domina en el significado de los acontecimientos-, como la de Brosius y Eps -que consideran que quienes dominan son los medios-, coinciden en que los aspectos pueden ser redefinidos: los eventos críticos rompen la monotonía de la sociedad, por lo que llaman la atención de los actores sociales y pueden redefinir el sentido del evento¹⁰⁵. Los eventos clave, por su parte, enfrentan a periodistas y al público ante una situación desconocida, pero son los primeros quienes intentan contrastarla sobre el asunto¹⁰⁶.

Esto nos ayuda a ver el funcionamiento del *framing* en la elaboración de la noticia. De este modo, “el *frame* deja de ser un mero sistema de selección de noticias para pasar a ser principios de organización persistentes en las mentes de quienes administran y manejan los símbolos sociales”¹⁰⁷.

Todas estas visiones acerca de lo que es el *framing* nos permiten aseverar que se trata de algo más que un patrón de cobertura que responde a las ‘5W’ del periodismo. Además, los encuadres vinculados con la moral, con el interés humano o similares, son tan generales que permiten reflejar mejor los aspectos de un tema sobre los que se piensa, que el modo específico de pensar sobre ese tema. Así, en algunos casos funcionan

¹⁰⁴ BROSIUS, H. B. y EPS, P. (1995): Prototyping through key events: news selection in the case of violence against aliens and asylum seekers in Germany. *European Journal of Communication*, 10, 391-412.

¹⁰⁵ Op. cit. PRIDE, 1995.

¹⁰⁶ Op. cit. BROSIUS, H. B. y EPS, P.

¹⁰⁷ Op. cit. GITLIN, T. 1980.

realmente como subtemas de un asunto, ya que no permiten vislumbrar completamente el tono de la información o la idea central organizadora que, por otra parte, sí se recoge en los encuadres¹⁰⁸.

En este sentido, el interés de esta perspectiva sobre el encuadre radica en que permite identificar *frames* que son muy difíciles de contrarrestar por otras estrategias comunicativas, debido a su carácter latente y su sintonía con los esquemas mentales de determinados grupos de periodistas y audiencias, o con las experiencias que genera un determinado contexto¹⁰⁹.

Nuestro estudio se centra en analizar los marcos en los que se integran las opiniones de los medios acerca del aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual, así como las noticias recogidas en los mismos a partir de las declaraciones vertidas por políticos y algunas instituciones. Tengamos en cuenta que los *frames* más básicos son formales, aquellos que determinan el tamaño y la ubicación de una noticia, el hecho de si lleva alguna fotografía, dibujo o gráfico. Pero hay otro tipo de *frames* que hacen al texto en sí: la adjetivación, si se hace un análisis, si se hace una evaluación en términos encomiásticos o derogatorios, o tan sólo se presenta la información de manera aséptica. La combinación de todo ello hará que la información sea más o menos fácil de recordar y cargará de sentido al texto dándole más o menos relevancia¹¹⁰.

Los esquemas mentales que tenemos son otro factor determinante a la hora de digerir una información y crearnos una perspectiva sobre un hecho noticioso. Siempre que enmarcamos una situación lo hacemos con esquemas. Éstos trabajan con el contenido implícito en el mensaje de los medios, mientras que los *frames* son el enlace entre el texto y el individuo. Es decir, los esquemas se encuentran en el individuo, mientras que los *frames* ponen en contacto a éste con el texto¹¹¹.

¹⁰⁸ MARÍN, J. y ZAMORA, R. (2014): *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 1 (7), p. 13.

¹⁰⁹ Id.

¹¹⁰ Op. cit. ENTMAN, R., 1993, p. 53.

¹¹¹ AMADEO, B. (1999): *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*. Universidad de Navarra, Pamplona, 144-159.

El cambio constante de la realidad hace que los marcos estén continuamente sometidos a una revisión, por lo que no son algo definitivos y dependen de procesos organizativos y sociales¹¹².

Tuchman¹¹³ incluía parámetros organizativos y personales en el concepto de *frame*, como la ideología, entendida como un sistema que ayuda a entender la realidad, no como una tendencia política. Según esta autora, “para ser noticia, ser accesible no es suficiente, la cuestión debe ser sociológica y psicológicamente congruente con la comprensión del mundo de un reportero. En este sentido, la opinión y la visión que un cronista parlamentario tenga sobre los temas de nuestro estudio son un conjunto de características dependientes del encuadre que se da a la información que se publica, porque un hecho necesita la imposición de *frames* para tener significado”¹¹⁴.

Cuando los periodistas seleccionan contenido y lo enmarcan están constituyendo realidad para sus audiencias, especialmente cuando la historia concierne a asunto no conocidos y no es fácil probar su precisión¹¹⁵. Para esta autora, el *framing* es un marco del contenido que por un lado hace comprensible la noticia a la audiencia y, por otro, fabrica una realidad distinta. Este marco está relacionado con el modo en el que se expresa el mensaje, donde surgen significados latentes derivados de los símbolos y connotaciones que hay en él y de la experiencia de comunicadores y receptores del mensaje. Porque, de hecho, en la comunicación sería imposible el intercambio de contenidos sin esos significados compartidos; los mensajes establecen significados que las audiencias comprenden en la misma cultura de lectura.

Gamson¹¹⁶ mantiene que el *frame* es la manifestación del contenido latente, ya que un *frame* es “la idea central organizadora que da sentido a los acontecimientos y sugiere cuál es la cuestión tratada”.

¹¹² GOFFMAN, E. (1981): *Forms of Talk*, Basil Blackwell, Oxford.

¹¹³ TUCHMAN G. (1978): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona, p. 138.

¹¹⁴ Id., p. 88.

¹¹⁵ GRABER, D. (1989): Content and meaning. What's it all about? *American Behavioral Scientist*, 33 (2), 144-152.

¹¹⁶ GAMSON, W. A. (1989): News as *framing*, *American Behavioral Scientist*, 33 (2), p. 157.

2.4. La objetividad periodística

La idea de construcción de marcos planteada por los autores que hemos destacado deshecha la posibilidad de encajar la objetividad periodística en la creación de *frames* informativos. Esta revisión sobre el *framing* nos permite afirmar que se trata de una teoría asentada dentro de la sociología interpretativa, una cualidad que, como ya hemos señalado, defienden Entman¹¹⁷ y Tankard¹¹⁸.

Esta teoría asume la tarea de mediación entre la realidad social y la audiencia, y para ello, los medios ofrecen una visión determinada de dicha realidad. Las noticias son la representación que hacen de esa realidad los medios, lo que implica adoptar un encuadre determinado. Por lo tanto, se trata de un proceso de interpretación de la realidad que ejercen los medios de comunicación¹¹⁹. El *framing* es una teoría que ayuda a describir el proceso interactivo por el que los sujetos interpretan la realidad, y que se encuentra en la base de los planteamientos de la Sociología Interpretativa¹²⁰.

La pertenencia del periodista a la sociedad implica que en la ejecución de su trabajo no pueda desprenderse de su condición de ciudadano. “Esta implicación se manifiesta a través de los *frames*. Pero no sólo es ésta la variable que marca el tratamiento de la información: tanto las características de los que elaboran la noticia como la de los que la reciben influyen a la hora de informar. La sociedad a la que unos y otros pertenecen presenta algunos valores que inciden en la manera de interpretar la información”¹²¹. Es decir, que la información de actualidad generada por el periodista pertenece a una realidad circular a la que no es ajena la sociedad.

¹¹⁷ Op. cit. ENTMAN, R., 1993.

¹¹⁸ TANKARD, J.W. (2001): *The empirical approach to the study of media framing*. En REESE, S.D., GANDY, O.H. y GRANT, A.E. (Eds.) *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, Mahwah, NJ, Erlbaum, 95-106.

¹¹⁹ ARUGUETE, N. 2011, p. 69.

¹²⁰ Op. cit. SÁDABA, M. T., 2008.

SÁDABA, M. T. (2006): *Framing: Una teoría para los medios de comunicación*. Ulzama, Pamplona.

¹²¹ AMADEO, B. (2008): *Framing: Modelo para armar*. En BAQUERÍN, M. T. (2008) (ed.): *Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta*. EDUCA, Buenos Aires, p. 230.

Las circunstancias en que se desarrolla el proceso de calibrar una información se debe tener en cuenta a la hora de analizar la enorme distancia establecida entre el *framing* y la objetividad periodística. La selección de temas que hacen los medios viene dada por varias cuestiones e intereses particulares de los mismos. La agenda de los políticos genera una permanente disputa entre éstos y los medios de comunicación, pero son los últimos quienes deciden cuáles son los asuntos que abordan y cuáles excluyen. Normalmente los medios prefieren sacar a la luz aquellos temas que provocan conflicto y que dividen a los políticos y a la sociedad (*clear-cut-issues*). Los políticos, sin embargo, prefieren hablar de proposiciones de carácter general, como el bienestar de la población y el derecho a la educación (*diffuse-issues*)¹²².

Sobre el control y la intromisión de los poderes públicos en las empresas periodísticas, Sinova apunta que España es un país caracterizado por la presión política que hay en el ámbito de la comunicación y por el manejo de los diversos gobiernos hacia los medios, como ocurrió con la llegada de la libertad de expresión instaurada tras el periodo franquista¹²³.

Tankard¹²⁴ defiende que, además de los aspectos cognitivos (las creencias, ideas o el conocimiento que se tiene sobre un tema) que aparecen en la teoría del encuadre, hay aspectos subjetivos que aparecen de forma intrínseca en una información mediática en forma de atributos valorativos y afectivos. Por este motivo, el *framing* se aleja del concepto de objetividad periodística y del debate de la objetividad y neutralidad informativa con lo que se supone que es su opuesto y en la que se sitúa este enfoque. Desde la teoría del encuadre, la práctica del periodístico se realiza partiendo de unos marcos cognitivos determinados por factores más o menos objetivos de noticiabilidad, pero también aparecen otros rasgos afectivos y elementos simbólicos de diversa índole, aunque su inclusión no significa que haya manipulación o falsedad¹²⁵.

¹²² CHARRON, J. (1995): *Les medias et les sources. Les limites du modèle de l' agenda-setting*. Université Laval, Québec, p. 78.

¹²³ SINOVA, J. (1995): *El poder y la prensa: el control político de la información en la España felipista*. EIUNSA, Barcelona, 34 y 70.

¹²⁴ Op. cit. TANKARD, J.W., 2001.

¹²⁵ GIMÉNEZ, P. y BERGANZA, M. R., (2009): *Género y Medios de Comunicación*, Fragua, Madrid.

La teoría del encuadre supone una negación del objetivismo informativo al asumir que los esquemas de referencia de las informaciones periodísticas no son un reflejo fiel de los hechos, sino una representación simbólica de estos, que se realiza a través de una serie de filtros para su interpretación, tales como los formatos, las rutinas profesionales, las características personales del periodista o las propias del medio¹²⁶.

En este punto, hay que indicar que la teoría del *framing* traspasa la idea de sesgo informativo de cualquier índole (ideológico, temático, etc); éste, en cualquier caso, como sostiene Entman¹²⁷ se podría observar más por la comparación de los atributos cognitivos y afectivos de distintas noticias sobre un mismo tema, que en la comparación con la realidad social.

De este modo, el análisis de *framing* nos resulta especialmente útil para reflejar la riqueza del discurso mediático, como un modo de analizar interpretaciones alternativas de la realidad social y, por lo tanto, como forma de explicar e interpretar las diferencias que son posibles cuando un tema específico es presentado de diferentes maneras¹²⁸. Éste es uno de los motivos por los que consideramos válida la aplicación de este enfoque a nuestro tema de análisis concreto, porque pretendemos estudiar, entre otras cosas, si existen o no diferencias en las distintas coberturas informativas del aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual.

Otra cuestión es la condición de persistencia en las estructuras significativas a la hora de abordar un tema para llegar a conseguir un efecto de *framing*, o lo que es lo mismo, conseguir que dichas definiciones acerca del problema sean socialmente compartidas. Pero lejos de verse los encuadres como algo estático, uno de los aspectos importantes es el carácter cambiante¹²⁹, debido a que los encuadres están sometidos a revisión por

¹²⁶ SÁDABA, M. T. (2006): *Framing: Una teoría para los medios de comunicación*. Ulzama, Pamplona, 56-57.

¹²⁷ DICKERSON, D. L. (2001): *Framing political correctness: The New York Times tale of two professors*, en REESE, S.D., GANDY y GRANT: *Framing public life Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence, Erlbaum, Mahwah, 163-175.

¹²⁸ Id.

¹²⁹ GAMSON, W. y MODIGLIANI, A. (1989): Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *The American Journal of Sociology*, 95 (1), 1-37.
Op. cit. VAN GORP, B., 2007.

las contingencias contextuales (tensiones, consensos, negociaciones...). Según Reese¹³⁰, a lo largo de la vida de un tema, los encuadres acerca de un aspecto puede ir adquiriendo complejidad y las formas de encuadrarlo puede ir variando en función de los atributos que se les va asignando.

2.5. Los paradigmas del *framing*

La investigación sobre la teoría del *framing* ha surgido y ha ido evolucionando en el marco de diferentes disciplinas y aproximaciones teóricas, que con el tiempo han alcanzado ciertas conjeturas comunes, lo que nos lleva a justificar la necesidad de superar la concepción de esta teoría como un paradigma fracturado, que debe ser unificado¹³¹ por la de un programa de investigación multiparadigmático¹³² que incluya todas las perspectivas establecidas hasta el momento. Esta integración solo es posible desde una condición multiparadigmática, es decir, a través de la construcción de modelos teóricos y diseños metodológicos lógicos que conecten ideas y descubrimientos de diferentes aproximaciones. D'Angelo¹³³ ha establecido tres paradigmas de estudio del fenómeno del *framing* sobre las interacciones entre los marcos textuales y sus efectos, el vínculo entre los actores, los esquemas que se están tratando y la permeabilidad del emisor sobre el receptor.

2.5.1. El cognitivo

Este enfoque comprende los estudios que abordan principalmente los efectos que los *frames* producen en los pensamientos, actitudes y comportamientos de los individuos¹³⁴.

¹³⁰ REESE, S. (2001): *Framing public life: a bridging model for Research*, College of Communication, University of Texas, 148-154.

¹³¹ ENTMAN, R. (1993): *Framing: toward clarification of a fractured paradigm*, *Journal of communication*, 43, 51-58.

¹³² D'ANGELO, P. (2002): *News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman*. *Journal of Communication*, 52 (4), 870-888.

D'ANGELO, P. (2012): *Studying Framing in Political Communication with an Integrative Approach*. *American Behavioral Scientist*, 56 (3), 353-364.

¹³³ Op. cit. D'ANGELO, P., 2002.

¹³⁴ CAPELLA, J. y JAMIESON, K. (1997): *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford University Press, Nueva York.

Se centra, por lo tanto, en analizar la influencia que tienen los *frames* en los ciudadanos; es decir, hasta qué punto los lectores asumen esos marcos, los hacen propios, los reproducen, los reinterpretan o los rechazan, es decir, cómo los marcos mediáticos pueden o no influir en la interpretación que los ciudadanos hacen de los asuntos públicos¹³⁵.

Los estudios cognitivistas analizan, por una parte, los pensamientos que siguen a la activación de un *frame* de contenido, es decir, un encuadre en el que se hace mayor énfasis sobre determinados aspectos de un asunto¹³⁶ o cómo los pequeños cambios en la forma de presentar el mensaje¹³⁷ influyen en los juicios de los ciudadanos y en sus decisiones. Pero también se pone de manifiesto que la sociedad no asume los *frames* directamente proyectados en los procesos de comunicación, porque el impacto de la información varía de un individuo a otro y de un contexto a otro¹³⁸.

CHONG, D. y DRUCKMAN, J. (2007a): A theory of *framing* and opinion formation in competitive elite environments. *Journal of Communication*, 57, 99–118.

CHONG, D. y DRUCKMAN, J. (2007b): *Framing theory*. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126.

DE VREESE, C. (2004): The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81 (1), 36-52.

DOMKE, D., SHAH, D. y WACKMAN, D. (1998): Moral Referendums: Values, News Media, and the Process of Candidate Choice. *Political Communication*, 15 (3), 301–321.

LECHELER, S.; DE VREESE, C.; y SLOTHUUS, R. (2012): Issue Importance as a Moderator of *Framing Effects*. *Communication Research*, 36, 400- 425.

MCLEOD, D. Y DETENBER, B. (1999): *Framing effects of television news coverage of social protest*. *Journal of Communication*, 49, 3-23.

¹³⁵ PRICE, V., TEWKSBURY, D. y POWERS, E. (1997): Switching Trains of Thought The Impact of News Frames on Readers Cognitive Responses. *Communication research*, 24 (5), 481–506.

¹³⁶ Op. cit. CHONG, D. y DRUCKMAN, J., 2007a, 2007b.

NELSON M., TILLY C. y WALKER L, eds. (1997): *Transforming Post–Communist Political Economies*. Washington DC,. National Academy Press, p. 8.

¹³⁷ KAHNEMAN, D. y TVERSKY, A. (1984): Choices, values, and frames. *American psychologist*, 39 (4), 341-350.

¹³⁸ BORAH, P. (2011): Conceptual issues in *framing theory*: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of communication*, 61 (2), 246–263.

DRUCKMAN, J. (2001a): The Implications of *Framing Effects* for Citizen Competence, *Political Behavior*, 23 (3), 225-256.

En esos casos, los efectos del *framing* se conciben como la consecuencia de un ‘proceso de negociación’, que tiene lugar en la mente del individuo cuando los *frames* de los medios interaccionan con el conocimiento previo y las creencias personales del receptor. Por este motivo, el poder de los *frames* puede aumentar si apelan a relatos ya asentados de hechos anteriores o al ámbito ético y moral de la audiencia a la que se dirigen, presentándose a través de valores concretos con respecto a los asuntos públicos¹³⁹.

Otros de los factores que condicionan el efecto de los *frames* en los ciudadanos son la credibilidad de las fuentes¹⁴⁰, el grado de conocimiento político del individuo¹⁴¹, la importancia concedida al asunto¹⁴², la repetición de los frames¹⁴³ o la pugna de enfoques alternativos¹⁴⁴.

¹³⁹ Op. cit. CHONG, D. y DRUCKMAN, J., 2007a.

DOMKE, D., SHAH, D. y WACKMAN, D. (1998): Moral Referendums: Values, News Media, and the Process of Candidate Choice. *Political Communication*, 15, 301–321.

SCHEMER, C., WIRTH, W. y MATTHES, J. (2012): Value Resonance and Value *Framing* Effects on Voting Intentions in Direct-Democratic Campaigns. *American Behavioral Scientist*, 56, 334-352.

SHAH, D., DOMKE, D. y WACKMAN, D. (1996): To Thine Own Self Be True Values, *Framing*, and Voter Decision-Making Strategies. *Communication Research*, 23, 509-560.

SNIDERMAN, P. y THERIAULT, S. (2004): *The structure of political argument and the logic of issue framing*. En SARIS, W. E. y SNIDERMAN, P. M. (eds.), *Studies in Public Opinion: Attitudes, Nonattitudes, Measurement Error, and Change*. Princeton University Press.

¹⁴⁰ DRUCKMAN, J. (2001b): On the limits of *framing* effects: who can frame? *The Journal of Politics*, 63 (4), 1041-1066.

¹⁴¹ CAPELLA, J. y JAMIESON, K. (1997): *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford University Press. Nueva York.

¹⁴² LECHERER, S.; DE VREESE, C.; y SLOTHUUS, R. (2009): Issue Importance as a Moderator of *Framing* Effects. *Communication Research*, 36, 400- 425.

¹⁴³ Op. cit. CAPELLA, J. y JAMIESON, K., 1997.

¹⁴⁴ Op. cit. CHONG, D. y DRUCKMAN, J., 2007a.

CHONG, D. y DRUCKMAN, J. (2010): Dynamic public opinion: Communication effects over time. *American Political Science Review*, 104, 663–680.

SNIDERMAN, P. y THERIAULT, S. (2004): *The structure of political argument and the logic of issue framing*. En SARIS, W. E. y SNIDERMAN, P. M. (eds.), *Studies in Public Opinion: Attitudes, Nonattitudes, Measurement Error, and Change*. Princeton University Press.

No obstante, todas estas características de los *frames* se enfrentan a una serie de circunstancias que ponen en entredicho la validez externa a este tipo de trabajos. Nos referimos a la dificultad de comparar los resultados entre estudios que analizan *frames* muy distintos, la complejidad de señalar los factores condicionantes de los efectos son los más relevantes, y, en especial, la escasa incorporación a estos análisis de métodos que tengan en cuenta los contextos sociales y culturales donde se elaboran y reciben las informaciones¹⁴⁵.

Las críticas a este paradigma se centran principalmente en el foco de las investigaciones cognitivas exclusivamente en el micro-nivel de las exposiciones de los individuos a los *frames*, sin tener en cuenta el análisis de las interacciones sociales y discursivas como forma de producción y negociación de significado¹⁴⁶ y también a la “tendencia a explorar los *frames* simplemente como características del contenido que producen efectos de los medios”¹⁴⁷.

A pesar de que algunos de estos estudios han destacado la importancia que tiene la fortaleza de un *frame* en un contexto de enfoques que compiten entre sí por producir un impacto en los pensamientos y actitudes de los ciudadanos¹⁴⁸, “las investigaciones englobadas dentro de este paradigma no han explorado los contextos sociales de distribución del poder que contribuyen a que determinados *frames* e interpretaciones de los asuntos públicos se conviertan en dominantes, pudiendo ejercer así una mayor influencia en la opinión pública de una sociedad, tal y como se ha apuntado desde las investigaciones que situaremos a continuación dentro del paradigma crítico”¹⁴⁹.

¹⁴⁵ VLIEGENTHART, R. y ZOONEN, L. (2011): Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis. *European Journal of Communication*, 26 (2), 101-115.

¹⁴⁶ PRICE, V., NIR, L. y CAPPELLA, J. (2005): “*Framing* public discussion of gay civil unions”. *Public Opinion Quarterly*, 69 (2), 179–212.

Op. cit. VLIEGENTHART, R. y ZOONEN, L., 2011.

¹⁴⁷ CARRAGEE, K. y ROEFS, W. (2004): The neglect of power in recent *framing* research. *Journal of Communication*, 54, p. 215.

¹⁴⁸ Op. cit. CHONG, D. y DRUCKMAN, J. 2007a.

Op. cit. AA.VV. CHONG, D. y DRUCKMAN, J., 2010.

¹⁴⁹ Op. cit. MARÍN, J. y ZAMORA, R., 2014, p. 21.

2.5.2. La perspectiva crítica

Los *frames* de los medios surgen como consecuencia de la interacción social de diferentes actores (contextos políticos, sociales y culturales). Por esto no se puede limitar la investigación sobre el proceso de *framing* a la experimentación sobre efectos cognitivos de las informaciones en los ciudadanos¹⁵⁰. La perspectiva crítica reclama la consideración de las relaciones de poder que se reflejan en los *frames* que proyectan los medios y sus consecuencias sociales¹⁵¹. Los académicos de esta corriente señalan que las organizaciones informativas seleccionan unas determinadas informaciones e, intencionadamente, omiten otras, de forma que diferentes marcos de un asunto no existirán o promoverán un único punto de vista¹⁵².

Según Sádaba¹⁵³, los encuadres que transmiten los periodistas sirven a los intereses de las élites sociales, que los utilizan para mantener su poder ideológico en la sociedad. Gitlin¹⁵⁴ asegura que esto se debe a que, además de organizar la realidad para los medios, los *frames* también organizan la realidad “para nosotros que confiamos en sus informaciones”.

La selección de la realidad que realizan los medios no es necesariamente un proceso consciente¹⁵⁵. Para Tuchman¹⁵⁶, la rutina de la profesión periodística, presentada como

¹⁵⁰ Op. cit. AA.VV. CARRAGEE, K. y ROEFS, 2004.

OLAUSSEN, U. (2009): Global warming—global responsibility? Media frames of collective action and scientific certainty. *Public Understanding of Science*, 18 (4), 421–436.

¹⁵¹ TUCHMAN G. (1983 [1978]): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Gustavo Gili, Barcelona.

ENTMAN, R. (1991): Symposium framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of communication*, 41 (4), 6-27.

¹⁵² Op. cit. D'ANGELO, P., 2002, p. 876.

¹⁵³ SÁDABA, M. T. (2001): Origen, aplicación y límites de la ‘teoría del encuadre’ (*Framing*) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 2 (14), 143-175.

¹⁵⁴ Op. cit. GITLIN, T., 1980, pág. 7.

¹⁵⁵ ENTMAN, R. (2007): Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57 (1), pág. 163–173.

HACKETT, R. (1984): Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies”. *Critical Studies in Mass Communication*, 1 (3), 229-259.

¹⁵⁶ Op. cit. TUCHMAN G., 1983 [1978], p. 224.

un ‘procedimiento objetivo’, convierten a la noticia en una referencia sobre la visión de la realidad que cuenta dicha noticia, porque el periodista se sirve de estructuras y procesos institucionales para realizar esa noticia, y a la vez, los reproduce. Ahondando más en esta idea, se ha subrayado que los *frames* que surgen de las fuentes oficiales y grupos poderosos, tienen una mayor presencia en los contenidos de los medios¹⁵⁷. Esto relaciona los estudios del paradigma crítico con la teoría de la indexación¹⁵⁸, al defender que los medios priorizan los temas y las visiones señaladas por las élites políticas y las instituciones con poder.

Por lo tanto, desde la perspectiva crítica el *framing* se entiende como un proceso de interacción entre fuentes y periodistas¹⁵⁹, donde los vínculos existentes entre el poder y los recursos económicos y culturales de los promotores de los *frames* son claves para que un determinado enfoque predomine en el discurso mediático¹⁶⁰.

Entman¹⁶¹ propone la investigación del establecimiento de las pautas duraderas en los procesos de comunicación mediada que ayudan a promover los intereses de ciertas entidades, causas o individuos debido a que unas interpretaciones de la realidad son más

¹⁵⁷ GANS, H. J. (1979): *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Evanston: Northwestern University Press.
HÄNGGLI, R. (2012): Key Factors in Frame Building How Strategic Political Actors Shape News Media Coverage. *American Behavioral Scientist*, 56 (3), 300–317.
SHOEMAKER, P., y REESE, S. (1996): *Mediating the message*, Longman White Plains. New York.
WOLSFELD, G. (1997): *Media and political conflict: News from the Middle East*, Cambridge University Press.

¹⁵⁸ BENNETT, W. (1990): Toward a theory of press-state relations in the United States. *Journal of Communication*, 40 (2), 103–127.

¹⁵⁹ SÁDABA, M. T. y RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. (2008): *Quién establece los frames: ¿fuentes o medios? El debate del Estatut en la prensa española*, en J. M. LEGORBURU, *Estudios de Periodística XII, Sigilo y Transparencia*. Universidad CEU San Pablo. Madrid.
CARRAGEE, K. y ROEFS, W. (2004): The neglect of power in recent *framing* research. *Journal of Communication*, 54, 214–233.
Op. cit. ENTMAN, R., 2007.

¹⁶⁰ Op. cit. GITLIN, T., 1980
Op. cit. HÄNGGLI, R., 2012.
Op. cit. SHOEMAKER, P., y REESE, S., 1996.

¹⁶¹ Op. cit. ENTMAN, R., 2007.

favorecidas que otras en el contenido de los medios, entre otros motivos por la habilidad y los mayores recursos de algunos actores. Por este motivo, señala las implicaciones que tienen los procesos de encuadre en el debilitamiento y el fortalecimiento de los actores políticos y, por lo tanto, también en la distribución del poder y en el funcionamiento de los sistemas democráticos.

La perspectiva crítica también contradice la visión de los medios como órganos vigilantes (*watchdog*) de las acciones del poder, porque el contenido periodístico depende de una manera muy directa de los puntos de vista de las élites¹⁶².

Por lo tanto, a diferencia del paradigma cognitivo, que se centra en los efectos del proceso de *framing*, estas investigaciones se centran en qué contexto y dónde surgen los encuadres y en cómo se configuran en los textos, es decir, en la construcción de los frames que se proyectan en los medios (*frame building*).

Como problema principal de la perspectiva crítica podemos destacar que resulta reduccionista al situar el *framing* como un proceso jerárquico y vertical, donde se limita el trabajo del periodista a un papel de mediador del mensaje que generan los actores con más poder, y dudando de la capacidad de la audiencia para influir en el proceso de comunicación¹⁶³. En este sentido hay que destacar que existen investigaciones que defienden que los medios pueden introducir *frames* alternativos o rechazar aquellos propuestos por las élites¹⁶⁴, además de que los movimientos sociales y las protestas ciudadanas pueden afectar al discurso público¹⁶⁵.

Según Marín y Zamora¹⁶⁶, existen varias limitaciones que impiden una aceptación por completo de la visión crítica del *framing*:

¹⁶² Op. cit. HÄNGGLI, R., 2012.

¹⁶³ Op. cit. MARÍN, J. y ZAMORA, R., 2014, p. 23.

¹⁶⁴ CALLAGHAN, K. y SCHNELL, F. (2001): Assessing the democratic debate: How the news media frame elite policy discourse. *Political Communication*, 18, 183–213.

¹⁶⁵ MEYER, D. (1995): Framing national security: Elite public discourse on nuclear weapons during the Cold War. *Political Communication*, 12 (2), 173–192.

¹⁶⁶ Op. cit. MARÍN, J. y ZAMORA, R., 2014, p. 24.

1. La elaboración de un *frame* es fruto de varios factores, como la ideología personal, los valores del periodista, su encaje con patrones de cobertura estandarizados, la visión comercial y los intereses de la empresa mediática, el cálculo de las preferencias del público o la atención al contenido que publica la competencia. Asimismo, “no hay que olvidar el peso de las culturas políticas y mediáticas para el asentamiento de los *frames* en los discursos de los medios, ni tampoco la importancia que tienen los contextos para la emergencia y el discurrir de la competición entre diferentes interpretaciones de la realidad social”.
2. Por otra parte, como destacan Carragee y Roefs¹⁶⁷, “los procesos de *framing* son fundamentales tanto para la producción de significados hegemónicos como para el desarrollo de visiones contra-hegemónicas”, por lo que no existen *frames* sin visiones alternativas¹⁶⁸.

Una de las principales críticas que se hacen al paradigma crítico es que considera el *framing* como una vía para insertar los significados dominantes en la audiencia, lo que puede parecer que “a la sociedad se le imponen unos símbolos que no le son propios”¹⁶⁹. Pero los símbolos empleados en los encuadres de los medios tienen un origen cultural, están en permanente evolución y no surgen de forma directa de la acción de las élites y los medios de comunicación. Por ello, Van Gorp¹⁷⁰ subraya la importancia que tiene la conexión existente entre el contenido reflejado en los medios y los fenómenos culturales para comprender el proceso de *framing*.

Por lo tanto, el principal reto de la investigación sobre *framing*, desde el paradigma crítico que señalan Marín y Zamora¹⁷¹, es “explicar cómo se articula la interacción entre los promotores de los *frames* (fuentes y emisores), los medios de comunicación y el

¹⁶⁷ Op. cit. CARRAGEE, K. y ROEFS, W., 2004, 227-228.

¹⁶⁸ BARTOLOMÉ, M. y RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. (2012): Pugna de frames en el debate político español sobre la situación económica (2008-2011). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18, 439-457.

¹⁶⁹ Op. cit. SÁDABA, M. T., 2006, p. 146.

¹⁷⁰ Op. cit. VAN GORP, B., 2007.

¹⁷¹ Op. cit. MARÍN, J. y ZAMORA, R., 2014, p. 24.

procesamiento de los *frames* por las audiencias, en un determinado contexto social y cultural”.

2.5.3. La postura construccionista

El paradigma construccionista concibe el *framing* como un proceso de construcción de la realidad social que no se produce por la fijación de los *frames* de las fuentes en los mensajes de los medios y las percepciones de las audiencias –como ocurre desde la perspectiva crítica-, sino que los marcos se entienden como paquetes de recursos simbólicos para que después los individuos interpreten los asuntos públicos y forjen sus propias opiniones¹⁷². Según esta perspectiva, en el ámbito social se produce una especie de competición entre diferentes construcciones simbólicas que guían la visión que tienen los ciudadanos y ayudan a dotar de un determinado sentido a los hechos y acontecimientos¹⁷³.

Este tercer paradigma reconoce que las interpretaciones y los juicios que los ciudadanos hacen sobre la realidad social se generan en base a las imágenes y los significados insertos en las representaciones simbólicas transferidas por los medios de comunicación; pero también se crean sobre factores como las experiencias personales, las identificaciones culturales previas o la memoria social compartida del colectivo de pertenencia¹⁷⁴.

Las informaciones que publican los medios de comunicación están influenciadas, según Shoemaker y Reese¹⁷⁵, por elementos externos y por un conjunto de características individuales de los periodistas y sus rutinas profesionales. Algunas de las influencias externas que actúan sobre los mensajes elaborados por el periodista son aquellas que derivan de los contenidos publicados por otros medios, las fuentes de información y las actividades de promotores de encuadres, como pueden ser anunciantes, gobiernos, lobbies o movimientos sociales, entre otros. A pesar de ello, las empresas periodísticas

¹⁷² Op. cit. D'ANGELO, P., 2002, p. 877.

¹⁷³ GAMSON, W. (1988): Political discourse and collective action. *International Social Movement Research*, 1 (2), 219–244.

¹⁷⁴ Op. cit. GAMSON, W. y MODIGLIANI, A., 1989, 1–37.

¹⁷⁵ Op. cit. SHOEMAKER, P., y REESE, S., 1996.

interpretan los mensajes que reciben, pudiendo ignorar, reelaborar e incluso contrarrestar los *frames* generados por las fuentes¹⁷⁶.

Además, otro factor a tener en cuenta en el proceso de adopción o construcción de un *frame* desde un medio de comunicación es el esfuerzo por mantener la credibilidad ante la audiencia a la que se dirige el periodista y la respuesta de su audiencia¹⁷⁷. Por todo este conjunto de influencias internas y externas, la perspectiva construccionista nos permite estudiar el modelo de comunicación en el que estas influencias fluyen de forma multidireccional, produciéndose el *framing* en la competición entre actores estratégicos por crear significados colectivos de los asuntos públicos, logrando así que tanto emisores como receptores interpreten temas y acontecimientos con un determinado sentido¹⁷⁸.

Esta perspectiva explica el *framing* como un proceso de interacción entre el sistema de símbolos sociales y el sistema de esquemas cognitivos de cada individuo. Por este motivo, las conversaciones e intercambios sociales reconfiguran los elementos culturales que dotan de sentido a los asuntos públicos, y las experiencias, creencias personales y asociaciones mentales moldean el impacto que tienen los *frames* sobre cada individuo¹⁷⁹. En este sentido, Edy y Meirick¹⁸⁰ señalan que las personas combinan distintos elementos de los diferentes núcleos de interpretación que se encuentran en la esfera pública para articular su visión sobre las cuestiones sociales.

¹⁷⁶ Op. cit. CALLAGHAN, K. y SCHNELL, F., 2001.

Op. cit. GAMSON, W. y MODIGLIANI, A., 1989.

¹⁷⁷ GANS, H. J. (1979): *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Evanston: Northwestern University Press.

NEUMAN, R. W., JUST, M. R., CRIGLER, A. N. (1992): *Common knowledge. News and the construction of political meaning*. University of Chicago Press, Chicago.

¹⁷⁸ PAN, Z. y KOSICKI, G. (2001): *Framing as a strategic action in public deliberation*. En REESE, S. D.; GANDY, O. H.; Y GRANT, A. E. (eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence Erlbaum, New Jersey.

¹⁷⁹ VAN GROOP, B. (2010): *Strategies to take subjectivity out of framing analysis*. En D'ANGELO, P. y KUYPERS J. A. (eds.): *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. Taylor y Francis. NY.

¹⁸⁰ EDY, J. y MEIRICK, P. (2007): *Wanted, dead or alive: Media frames, frame adoption, and Support for the War in Afghanistan*. Department of Communication, University of Oklahoma.

Debido a esto, la unión de los esquemas individuales con referencias culturales conecta la perspectiva construccionista con los orígenes sociológicos del *framing* y las teorías de Goffman¹⁸¹. La localización de los repertorios culturales que conforman cada *frame* que se utiliza para dirigir la comprensión de un tema, dependiendo del encuadre aplicado, permite conocer estructuras externas que influyen a los medios de comunicación y a las audiencias en su visión del mundo social¹⁸². Por lo tanto, la aproximación construccionista sitúa la cultura como el punto de referencia que une las interpretaciones que construyen los medios con las que hacen las audiencias, al ser unas interpretaciones que resultan familiares para los ciudadanos y que encajan con visiones asimiladas que tiene la sociedad¹⁸³.

Estos elementos culturales no son *frames* en sí mismos (porque para serlo tiene que articularse de manera que definan situaciones o asuntos, implicando además un juicio sobre estas cuestiones). Por esto, es necesario subrayar el montaje narrativo que muestran los *frames* “para promover una interpretación particular”¹⁸⁴. Así, el tratamiento de este carácter narrativo de los *frames* “vendría a introducir un orden que actúa como eje configurador y que dota de un mismo sentido a diferentes acontecimientos organizando el mundo social”¹⁸⁵.

La elaboración de noticias se desarrolla en el denominado *aire cultural*, es decir, a partir de tradiciones narrativas, pautas culturales, y asunciones sobre la forma de contar historias. El contenido de las narraciones periodísticas está compuesto de valores, metáforas, arquetipos, o juicios morales. El patrón de redacción periodística que se emplea a la hora de generar un trabajo informativo es la estructura de pirámide invertida o el enfoque de interés humano¹⁸⁶. A pesar de esto, Marín y Zamora¹⁸⁷ señalan que la

¹⁸¹ Op. cit. GOFFMAN, E., 1974.

¹⁸² Op. cit. VAN GORP, B., 2007.

¹⁸³ Op. cit. SHOEMAKER, P., y REESE, S., 1996.

¹⁸⁴ Op. cit. ENTMAN, R., 2007, p. 164.

¹⁸⁵ SÁDABA, T., RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. y BARTOLOMÉ, M. (2012): *Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política*. Observatorio (OBS), 6 (2), p. 119.

¹⁸⁶ SCHUDSON, M. (2003): *The sociology of news*. Norton. New York.

¹⁸⁷ Op. cit. MARÍN, J. y ZAMORA, R., 2014, p. 27.

persistencia de construcciones simbólicas y patrones estables para la interpretación de la perspectiva construccionista no resta dinamismo al proceso de *framing* por dos motivos:

1. Por un lado, los encuadres actúan en circunstancias cambiantes. Así, mientras algunos *frames* muestran una continuidad en el tiempo -adaptándose a nuevas situaciones o actores- otros ofrecen una menor resonancia debido a cambios en el contexto institucional, político o social¹⁸⁸.

2. En segundo lugar, los ciudadanos y los medios de comunicación pueden aceptar o rechazar los encuadres propuestos, participar en la creación de nuevos *frames* o en la transformación de los que ya existen a través de la interacción social.

Por lo tanto, los construccionistas tienden a tratar de identificar la variedad de *frames* que se emplean en las sociedades para ejercer la comunicación o la comprensión sobre un asunto. Ésta es la causa de que consideren que la reconstrucción de los distintos ámbitos interpretativos a través del análisis de contenido de los medios, debe ser el núcleo central del estudio empírico o al menos su primer paso¹⁸⁹.

Sin embargo, los autores que hemos mencionado dentro de este paradigma defienden la utilización de diversas metodologías para comprender el funcionamiento en los diferentes niveles del proceso de construcción social de la realidad, así como la triangulación metodológica (sondeos, observación de redacciones y entrevistas para analizar *la construcción del frame*) en los análisis del encuadre para lograr una mayor validez a los resultados de investigación¹⁹⁰. Nosotros hemos optado por realizar nuestro estudio a través del análisis de contenido, porque consideramos que, debido principalmente al amplio espacio temporal y a la evolución tecnológica que se ha desarrollado en el periodo que abarcamos (desarrollo de la televisión y aparición de

¹⁸⁸ BENFORD, R. y SNOW, D. (2000): Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual review of sociology*, 611–639.

JOHNSON-CARTEE, K. (2005): *News narratives and news framing: Constructing political reality*. Rowman & Littlefield Publishers.

¹⁸⁹ Op. cit. GAMSON, W. y MODIGLIANI, A., 1989.

Op. cit. PAN, Z. y KOSICKI, G., 2001.

Op. cit. VAN GORP, B., 2007.

Op. cit. VAN GROP, B., 2010.

¹⁹⁰ Op. cit. NEUMAN, R. W., JUST, M. R., CRIGLER, A. N., 1992.

Internet) es lo más apropiado para conocer los encuadres que los medios de comunicación y los políticos utilizaron para defender o rechazar las leyes que son objeto de nuestra tesis.

Bajo nuestro punto de vista, la perspectiva construccionista es la que ofrece una visión más completa para el análisis del *framing*, porque concibe esta teoría como un proceso dinámico en el que se negocian socialmente los significados, que tiene en cuenta el contexto político y cultural donde se produce el mensaje, las características de los medios, de la audiencia, de la representación simbólica del referente; y consideramos que todos estos factores son de gran relevancia para estudiar cada una de las leyes que analizamos en el contexto histórico, político y cultural en el que se desarrollan.

Las “diferentes direcciones”¹⁹¹ que fluyen en la perspectiva construccionista hacen que el *framing* se desarrolle en la competición entre actores estratégicos por generar significados colectivos de los asuntos públicos¹⁹². Aunque también “conviene considerar que estas herramientas pueden tener mayores posibilidades de ser utilizadas si se encuentran más accesibles o son favorecidas por un determinado contexto político-institucional –como señala el paradigma crítico–, así como si encajan mejor con las percepciones previas del periodista o la audiencia –paradigma cognitivo–”¹⁹³, por lo que no desechemos ciertos elementos de los paradigmas cognitivo y crítico, ya que pueden enriquecer la concepción del *framing*, entendiendo esta teoría como la suma de diferentes paradigmas en el campo de la investigación.

2.6. La síntesis paradigmática

Hemos abordado el análisis del *framing* desde aproximaciones integradoras entre los distintos paradigmas que han planteado principalmente D’Angelo y Reese, dos autores que conciben el encuadre como un “programa de investigación multiparadigmático”¹⁹⁴ o

¹⁹¹ PAN, Z. y KOSICKI, G., 2001, p. 46.

¹⁹² Id.

¹⁹³ Op. cit. MARÍN, J. y ZAMORA, R., 2014, p. 29.

¹⁹⁴ Op. cit., D’ANGELO, P. 2002, p. 870.

como un “modelo puente”¹⁹⁵ que aporta explicaciones del proceso de *framing* gracias a la integración del resto de paradigmas.

Marín y Zamora¹⁹⁶ señalan que algunos autores apuntan otros trabajos¹⁹⁷ donde se reclama un modelo que integre las perspectivas macroscópica y microscópica, es decir, aunar la tradición sociológica del *framing* con las investigaciones sobre los efectos cognitivos de los encuadres mediáticos¹⁹⁸.

En general, se puede afirmar que los estudios sobre *framing* intentan explicar la vinculación que existe entre los encuadres identificados en los asuntos que tratan los medios y las condiciones (relaciones, influencias, contextos, etc.) que guían su elaboración, y, a la vez, tratan de identificar cómo estos encuadres tienen impacto en los receptores y en los procesos sociales que dan forma al debate de los asuntos políticos¹⁹⁹. Esto lleva a D’Angelo²⁰⁰ a asegurar que “incluso los modelos que se centran en la construcción del *frame*, en lugar de en los efectos de los *frames* a nivel individual son parte del paisaje cambiante de las definiciones conceptuales de los frames del pensamiento”.

En este sentido, los trabajos que integran más de uno de los paradigmas en la investigación del *framing* (cognitivo, construccionista y crítico) son numerosos hoy en día²⁰¹. Estos estudios presentan características de diferentes paradigmas²⁰².

¹⁹⁵ REESE, S. (2007): The framing project: A bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57 (1), p. 148.

¹⁹⁶ Op. cit. MARÍN, J. y ZAMORA, R., 2014, p. 29.

¹⁹⁷ SCHEUFELE, B. y SCHEUFELE, D. (2010): *Of Spreading Activation, Applicability, and Schemas*. En D’ANGELO P. y KUYPERS, J. (Eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Taylor y Francis.

DE VREESE, C. (2005): News framing: Theory and typology. *Information design journal*, 13 (1), 51–62.

Op. cit. SCHEUFELE, D. A., 1999.

¹⁹⁸ Op. cit. SCHEUFELE, B. y SCHEUFELE, D., 2010.

¹⁹⁹ Op. cit. D’ANGELO, P., 2002.

²⁰⁰ D’ANGELO, P. (2012): Studying Framing in Political Communication with an Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56 (3), p. 358.

²⁰¹ AZPIROZ, M. (2012): *Diplomacia pública. El caso de la guerra contra el terror*. UOC, Barcelona.
Op. cit., D’ANGELO, P. 2002, 2012.

Un autor que nos puede servir como ejemplo de combinación de aspectos tanto del paradigma crítico como del construccionista es Reese²⁰³, que apunta lo siguiente sobre esta integración: “(...) crítica en el sentido de que veo los *frames* como expresiones y resultados del poder, desigualmente distribuido con la opinión pública dominada (...) y construccionista en el sentido de que doy a participantes, como los periodistas, cierta autonomía profesional (...) usando los *frames* como “paquetes interpretativos” para crear concepciones del mundo social”.

Igualmente, Lewis y Reese defienden en otro trabajo realizado conjuntamente con Lewis la presencia de la síntesis paradigmática en la concepción de los frames. “Son herramientas utilizadas por los actores sociales para estructurar la realidad, y su creación y manipulación son a menudo dirigidas por las elites que buscan reforzar su dominio discursivo. Porque tales marcos están a menudo integrados y resuenan con la cultura cotidiana, y por lo tanto son considerados normales y naturales²⁰⁴.

Por lo tanto, se puede afirmar que con la aproximación integradora no establecemos un modelo definitivo con pretensiones unificadoras que ignoren los resultados de las investigaciones apoyadas en otras premisas, sino en la conexión de puntos comunes entre los distintos modos de concebir y analizar el proceso de encuadre. Pero más allá del establecimiento de conexiones entre diferentes modelos de frames, la aproximación integradora en los estudios sobre *framing* también se enfrenta al reto de lograr la conexión coherente entre los modelos teóricos propuestos con diseños metodológicos

ENTMAN, R. (2004): *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*”, University of Chicago Press, Chicago.

ENTMAN, R. (2012): *Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct*, Polity Press, Cambridge/Malden.

Op. cit. MATTHES, J., 2012,

Op. cit. REESE, S. (2007), 148–154.

²⁰² Op. cit. D’ANGELO, P., 2002.

²⁰³ REESE, S. (2010): *Frames in a Web of Culture: The Case of the War on Terror*. En D’ANGELO, P. y KUYPERS, J. A. (Eds.): *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. Nueva York: Taylor & Francis, p. 18.

²⁰⁴ LEWIS, S. y REESE, S. (2009): *What is the war on terror? Framing through the eyes of journalists*. *Journalism y Mass Communication Quarterly*, 86, p. 87.

que permitan ofrecer análisis de los procesos de encuadre con un alto grado de validez y fiabilidad²⁰⁵.

Consideramos vitales todas estas perspectivas a priori, porque todas tienen algo importante que se ajusta al material analizado. Una vez comprobemos los resultados de la tesis doctoral sabremos a cuál de estas síntesis se ajusta más nuestro trabajo.

2.7. La localización de los marcos

Existen cuatro ubicaciones en el proceso comunicativo, según Entman²⁰⁶: el comunicador, el texto, el receptor y la cultura.

1. Los comunicadores, que emiten juicios, de manera consciente o no, al determinar qué decir, guiados por marcos que organizan su sistema de creencias.
2. Los textos contienen marcos que se manifiestan a través de la presencia o ausencia de palabras-clave, fuentes de información, imágenes estereotipadas y frases que generan grupos que fortalecen hechos o juicios. Para Entman, “mediante la repetición, emplazamiento y refuerzo de las asociaciones existentes entre las diferentes palabras clave e imágenes, se construyen significados o ideas que son más visibles que otras, constituyéndose así un enfoque particular del asunto o un determinado encuadre”²⁰⁷.

Por lo tanto, se puede afirmar que la ubicación en el texto se refiere a todo lo que acompaña al texto. Asimismo, Muñiz²⁰⁸ apunta que la investigación sobre marcos informativos ha estudiado tanto los “*textual frames*” o “encuadres noticiosos textuales”, “presentes en los textos de las noticias”, como los “*visual*

²⁰⁵ Op. cit. MARÍN, J. y ZAMORA, R., 2014, p. 31.

²⁰⁶ ENTMAN, R. (1993): Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43, p. 52.

²⁰⁷ MUÑIZ, C.; IGARTUA J. J.; DE LA FUENTE, M.; y OTERO, J. A. (2008): Imágenes periodísticas de la inmigración. Aportaciones metodológicas al estudio de la comunicación visual, *Análisi*, 38, 33-34.

²⁰⁸ Id., p. 33.

frames” o “encuadres virtuales”, “los que se transmiten a través de las imágenes que acompañan la información”.

3. Los marcos que dominan el pensamiento del receptor pueden reflejar los marcos del texto y la intención enmarcadora del comunicador.
4. La cultura es el conjunto de marcos comúnmente invocados. Podríamos definir la cultura como el conjunto empíricamente demostrable de marcos comunes expuestos en el discurso y el pensamiento de la mayoría de la gente de un grupo social.

2.8. La identificación de los marcos

Según Entman²⁰⁹, los marcos destacan algunos aspectos de la realidad mientras que oscurecen otros elementos. Este autor señala que los textos pueden realzar trozos de información por colocación, repetición o asociación con símbolos culturales, de tal modo que generen “una interpretación más discernible, comprensible y recordable que otras”²¹⁰. Por ello, “incluso una noción singular sin ilustrar en una parte oscura del texto puede resultar altamente destacada si se comparte el esquema existente en el sistema de creencias del receptor”. Sin embargo, debido a que el realce es un producto de la interacción de los textos y los receptores, Entman²¹¹ señala que “la presencia de marcos en el texto no garantiza su influencia en el pensamiento de las audiencias.

No obstante, señala que los marcos informativos existen en dos niveles: como principios mentales almacenados para el procesamiento de la información y como características del texto informativo, existiendo una relación recíproca entre los marcos en el texto y los esquemas de los hechos o marcos en el pensamiento de la audiencia. En cuanto a los marcos presentes en los textos, señala que el marco debe incluir solamente aquellos elementos del mensaje que son críticos a su presunto impacto en el procesamiento de la información, “de otra manera, no habría distinción entre el marco y el texto. El objetivo

²⁰⁹ Op. cit. ENTMAN, R., 1993, p. 55.

²¹⁰ Op. cit. ENTMAN, R., 1991, p. 7.

²¹¹ Id.

del análisis debería determinar qué palabras e imágenes son componentes del marco y cuáles no”²¹².

Entman²¹³ cree que los marcos son difíciles de detectar porque muchos de los dispositivos de enmarcado pueden aparecer como “naturales”, elecciones corrientes de palabras e imágenes. Sin embargo, “la comparación revela que tales elecciones no son inevitables ni carentes de problemática, sino claves en la forma que los marcos informativos ayudan a establecer el sentido común, la interpretación generalizada de los hechos”.

A este amplio abanico del proceso de enmarcado, De Vreese²¹⁴ añade los titulares, entradillas, salidas, etc., en contraposición a lo que denomina “hechos nucleares de la noticia” (respuestas a las preguntas de quién, dónde y cuándo), si bien estos elementos habría que considerarlos como recursos formales característicos de la captación de atención genérica en el discurso periodístico, que a su vez pueden contener o no alguno de los “utensilios de enmarcado” a las que aludía D’Angelo.

Porto²¹⁵ afirma que los marcos interpretativos son habitualmente presentados mediante frases entrecomilladas, cortes de sonido o comentaristas “ya que las normas de objetividad impiden a los periodistas dar una interpretación explícita de los temas que cubren”.

Tábara y Costejá²¹⁶ aseguran que los marcos culturales no se refieren tanto al contenido de la información como a la forma de presentarla, logrando que los diferentes argumentos y posiciones en torno a un fenómeno social o tema de discusión pública “se encuadren dentro de determinados patrones relativamente coherentes de percepción, de moralidad y de razonamiento, y cómo cada uno de ellos se traduce en recomendaciones

²¹² Id., p. 8.

²¹³ Op. cit. ENTMAN, R., 1991, p. 6.

²¹⁴ Op. cit. DE VREESE, C., 2004, p. 37.

²¹⁵ PORTO, M. (2002): *Framing the world of politics: How governmental sources shape the production and the reception of TF news in Brazil. Paper 23rd International Conference of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR)*, Barcelona, p. 3.

²¹⁶ TÁBARA, J.D. y COSTELLÁ, M. (2001): *Las culturas del agua en la prensa española. Los marcos culturales en la comunicación sobre el Plan Hidrológico Nacional*. Universidad Autónoma de Barcelona.

de carácter político muy distintas”. De este modo, cobraría especial relevancia un conjunto de características que rodean a la información y la opinión que recogen los periódicos que estudiamos, como pueden ser la presencia de infografía, la localización dentro del periódico, el espacio que ocupa o si aparece o no en portada.

Para Entman²¹⁷ se puede distinguir entre los marcos individuales como “esquemas de procesamiento de la información” y los marcos mediáticos como “atributos propios de las noticias”. Este autor define los marcos de los individuos como “grupos mentales de ideas que guían los procesos individuales de información”²¹⁸.

2.9. El marco como variable dependiente o independiente

Scheufele²¹⁹ clasifica las investigaciones sobre los marcos, según hayan operado con éstos en tanto variables dependientes o independientes. Así, señala que los estudios de los marcos como variables dependientes han examinado el papel de varios factores que influyen sobre la creación o modificación de los marcos.

Este autor define una tipología del enmarcado mediante una tabla de cuatro celdas en la que cruza dos dimensiones importantes de los marcos²²⁰, marcos de las audiencias o marcos de los medios, y 2, marcos estudiados como variables dependientes o independientes. Dicha tipología clasifica la investigación sobre marcos según la forma en que se conceptualizan los marcos y las relaciones entre los marcos y otras variables. Esto “permite una comparación directa de los resultados dentro de cada celda y entre celdas”. Esta tipología proporciona información sobre cómo los estudios previos han respondido a las preguntas pertinentes en cada celda, que son, según Scheufele²²¹:

²¹⁷ Op. cit. ENTMAN, R., 1991, p. 7.

²¹⁸ Op. cit. ENTMAN, R., 1993, p. 53.

²¹⁹ Op. cit. SCHEUEFELE, D. A., 1999.

²²⁰ Id., p. 108.

²²¹ Id.

2.9.1. Los marcos mediáticos como variables dependientes

Respecto a los marcos mediáticos como variable dependiente, Scheufele²²² indica una serie de cuestiones que consideramos relevantes para nuestro trabajo:

RQ1²²³: ¿Qué factores influyen sobre la forma en que los periodistas y otros grupos sociales enmarcan determinadas cuestiones?

RQ2: ¿Cómo funcionan estos procesos y, como resultado, cuáles son los marcos que los periodistas usan?

Scheufele²²⁴ señala al menos cinco factores que pueden potencialmente influir en cómo los periodistas enmarcan un asunto determinado:

1. Normas y valores sociales.
2. Presiones y obstáculos organizativos.
3. Presiones de grupos de interés.
4. Rutinas periodísticas.
5. Orientaciones ideológicas y políticas de los periodistas.

Tuchman²²⁵ apunta que las estructuras organizativas y rutinas mediáticas y de trabajo de los periodistas tienen un impacto en la forma que las noticias son enmarcadas.

2.9.2. Los marcos mediáticos como variables independientes

Sobre los marcos mediáticos como variables independientes, hay que preguntarse:

RQ3: ¿Qué tipos de marcos mediáticos influyen sobre la percepción de la audiencia de ciertos asuntos, y cómo funciona el proceso?

Los estudios que han examinado los marcos mediáticos como variables independientes pueden ser clasificados en dos grupos, según Scheufele²²⁶:

²²² Op. cit. SCHEUFELE, D. A., 1999, p. 108.

²²³ “RQ” significa “research question” (pregunta de investigación).

²²⁴ Op. cit. SCHEUFELE, D. A., 1999, p. 109.

²²⁵ Op. cit. TUCHMAN G., 1978, citado en SCHEUFELE, 1999, p. 110.

1. Impacto sobre las actitudes, opiniones y marcos individuales. Proporcionan datos empíricos de las relaciones entre los marcos mediáticos como inputs y otras variables, incluyendo marcos de la audiencia, como resultado.
2. Marcos mediáticos como variables independientes y marcos individuales como variable dependiente.

2.9.3. Los marcos individuales como variables dependientes

Respecto a los marcos individuales como variable dependiente, debemos preguntarnos:

RQ4: ¿Qué factores influyen sobre el establecimiento de marcos individuales de referencia, o son los marcos individuales simplemente réplicas de los marcos mediáticos?

RQ5: ¿Cómo pueden los miembros de la audiencia jugar un papel activo en la construcción de significados o resistir los marcos mediáticos?

Ballesteros²²⁷ señala que diversos autores consideran que los marcos individuales no dependen exclusivamente de la cobertura mediática de un asunto.

2.9.4. Los marcos individuales como variables independientes

Respeto a los marcos individuales como variables independientes, deberíamos preguntar:

RQ6: ¿Cómo los marcos individuales influyen en la percepción individual de los asuntos?

Partiendo de esta tipología, Gerhards y Rucht²²⁸ sintetiza un modelo único, que diferencia tres tipos de *framing*:

²²⁶ Op. cit. SCHEUFELE, D. A., 1999, p. 1010-112.

²²⁷ BALLESTEROS, C. A. (2012): *Los marcos informativos del cannabis en la prensa española: Aplicación de las teorías del “framing” y de la “Agenda-Setting”*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, p. 222.

²²⁸ GERHARDS, J. y RUCHT, G. (1992): Mesomobilization: Organizing and Framing in Two Protest Campaigns in West Germany. *American Journal of Sociology*, 3 (98), p. 582.

1. Marcos diagnósticos: Identifican un problema y atribuyen responsabilidad y causas.
2. Marcos pronósticos: Especifican qué se necesita hacer.
3. Marcos motivacionales: La “llamada a las armas para entablar una acción paliativa o correctiva”²²⁹.

2.10. Los modelos de enmarcado

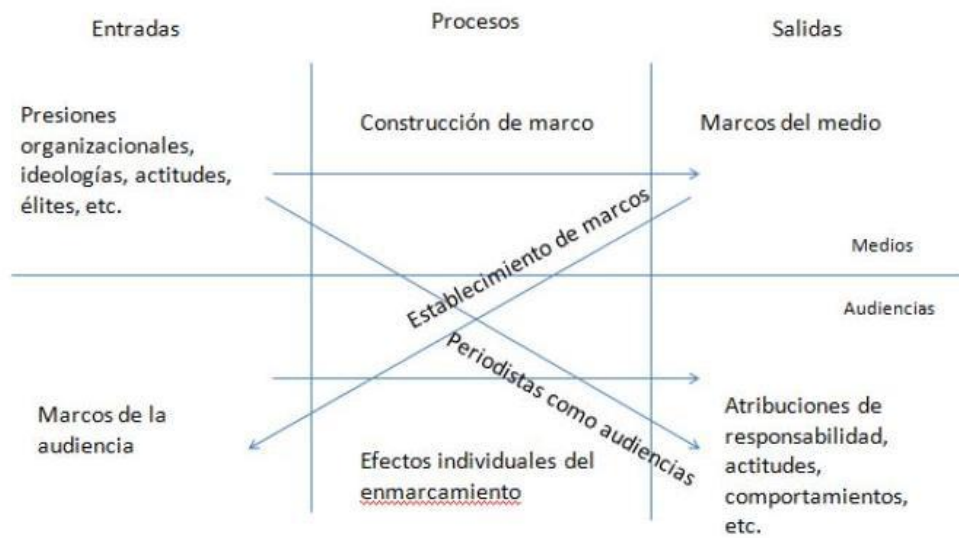
2.10.1. El modelo del proceso de enmarcado de Scheufele

En el modelo que propone Scheufele²³⁰, el enmarcado forma “un proceso continuo donde los resultados de ciertos procesos sirven como entradas (*inputs*) para procesos posteriores” (gráfico 2.2). De este modo, las presiones organizacionales, las ideologías o las élites son entradas que a través de un proceso de construcción de marcos (*frame building*), dan como resultado los marcos mediáticos. Mediante el proceso de creación de los marcos (*frame setting*) en el campo de la audiencia, los marcos mediáticos influyen sobre los marcos de la audiencia. Procesados estos marcos a nivel individual, los marcos de la audiencia tienen como efecto la atribución de responsabilidades, comportamientos, etc.

²²⁹ SNOW D. A. y BENFORD R. D. (1988): *Ideology, frame resonance, and participant mobilization*, en B. Klandermans, H. Kriesi & S. Tarrow S. (eds), *From Structure to Action: Comparing Social Movement Research across Cultures*. Greenwich. JAI Press, p. 199.

²³⁰ Op. cit. SCHEUFELE, D. A., 1999, p. 114.

Gráfico 2.2. Modelo de enmarcado de Scheufele²³¹:



Fuente: Adaptado de Scheufele

Scheufele destaca la conveniencia de tratar estas cuatro relaciones clave indicadas: construcción de marcos, efectos individuales del enmarcado y *feedback* del nivel individual al nivel mediático de enmarcado. Acortando este modelo, Entman²³² afirma que el proceso de enmarcado comienza con la interacción inicial entre las fuentes y los periodistas, de manera que estos construirían nuevos esquemas de eventos específicos sobre expectativas culturales preexistentes. “El esquema les anima a percibir, procesar y presentar toda la información sobre el hecho, de forma que apoye la interpretación básica codificada en el esquema”. A pesar de que los periodistas no tengan los mismos esquemas de los acontecimientos, “los hábitos cognitivos de los periodistas, sus restricciones y las de sus organizaciones, combinados con su fuerte dependencia de las fuentes autorizadas les conducen a desarrollar un enmarcado en las noticias que realza los datos que confirman el esquema, y atenuar los datos que lo contradicen”²³³.

²³¹ Id.

²³² Op. cit. ENTMAN, R., 1991.

²³³ GITLIN, T. (1980): *The Whole World is Watching. Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley, *University of California Press*, 49-52.

2.10.2. La construcción de los marcos (*“Frame building”*)

Gandy²³⁴ aseguraba que las noticias no están determinadas por las necesidades de la audiencia ni por los valores de los símbolos que contienen, sino que están controladas por el marco de referencia creado por la estructura burocrática de la que el comunicador es un miembro.

Para Cobb y Elder²³⁵, la clave es conocer los tipos de factores organizativos o estructurales del sistema mediático o las características individuales de los periodistas que pueden impactar sobre el enmarcado del contenido de las noticias.

La formación de los marcos depende de variables como la ideología, actitudes y normas profesionales²³⁶. Otro factor más que influye en el enmarcado de las noticias es la selección de marcos como resultado de factores como la orientación política de los medios y sus rutinas organizativas. La tercera fuente de influencia son las fuentes externas de influencia (como grupos de interés, autoridades, etc.). Según este autor, “es bastante probable que esta función de construcción de los marcos tenga un mayor impacto en las cuestiones relativamente novedosas, en las que todavía no se han establecido marcos algunos”.

La creación de estos marcos se conseguiría mediante la cooperación del equipo de actuantes (expresión de Goffman recogida por Dader²³⁷) para lograr un producto organizado, “una versión convencional e industrialmente rentable. Dicha cooperación contribuirá por fuerza a una reducción de la realidad en un conocimiento social estrecho”. Para referirse a esa reducción de la realidad que ofrecen los medios de comunicación, Dader²³⁸ recoge de la etnometodología la metáfora de única “provincia de la realidad” en la que nos vemos obligados a movernos, “como si no existiera otro vastísimo territorio circundante”. Por este motivo, el autor considera que una supuesta

²³⁴ GANDY, O. (1991): *Beyond Agenda-Setting*. En *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion and Policymaking*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, Inc. Publishers. p. 268.

²³⁵ COBB R. W. y ELDER C. (1972): *Participation in American politics: the dynamics of agenda-building*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.

²³⁶ Op. cit. SCHEUFELE, 1999, p. 115.

²³⁷ Op. cit. DADER, 1990b, p. 128.

²³⁸ Id., p. 130.

eliminación de la institución periodística podría ser “el inicio de un nuevo tipo de interacciones con la realidad”, lo que supondría “una apertura mental incalculable”.

Según expone Dader²³⁹, citando a Park, existen unas “reglas de atención”, que reducen a priori el tipo de temas o la perspectiva de cada tema. Estas reglas coinciden con los valores de noticia y preconcepciones estereotipadas de objetividad, estandarizadas en las redacciones de la mayoría de los medios. Entre ellas se citan la inmediatez, proximidad geográfica o psicológica, impacto dramático, sencillez de comprensión, rareza o novedad.

Respecto al tercer factor, la influencia de estas “fuentes externas” es decisiva según algunos autores como Porto²⁴⁰, quien confirma la capacidad del poder ejecutivo para influir sobre la agenda de los medios.

La prensa española tiende a utilizar unas fuentes muy concretas. Gandy²⁴¹ apunta que esto se explica por los “requerimientos organizativos” de las empresas periodísticas: “Los periodistas tienen fechas de entrega, los editores tienen que llenar un espacio, los productores deben rellenar el tiempo entre anuncios. Para reducir la incertidumbre de encontrar estos requerimientos organizativos claramente estandarizados, los periodistas establecen relaciones de intercambio con sus fuentes, que tienen muchas de las cualidades de los mercados tradicionales. (...) Esas fuentes que han probado su valor en el pasado son seleccionadas sobre aquellas todavía desconocidas o que han reducido su valor al proveer información falsa o información en una forma que no era fácilmente convertible en una historia publicable”.

De esta manera, existirían unas clases de fuentes más fiables que otras, resultando que las instituciones burocráticamente organizadas tienden a ser las más fiables, y la información que suministran termina por dominar los canales mediáticos. “Las fuentes burocráticas hacen mucho del trabajo de los periodistas (...) la regla del menor esfuerzo habitualmente guía el comportamiento periodístico (...) el periodismo de investigación consume tiempo (...) mientras que un periodista tipo puede generar una idea para una noticia a la semana, el uso de fuentes informativas facilita la producción de dos o más

²³⁹ Id., p. 99.

²⁴⁰ Op. cit. PORTO, M. (2002), p. 7.

²⁴¹ Op. cit. GANDY, p. 270.

noticias rutinarias cada día”. Además, los periodistas tienden a aceptar la información de estas fuentes burocráticas rutinarias como objetiva, por lo que “no necesitan invertir un tiempo valioso en el esfuerzo de verificar la información”²⁴².

2.10.3. El establecimiento de marcos (“*Frame setting*”)

Según Nelson²⁴³ “los marcos influyen sobre las opiniones acentuando determinados valores, hechos y otras consideraciones, dotando de una mayor relevancia aparente a la cuestión, de la que podría aparentar bajo un marco alternativo (tiene más interés humano una noticia sobre crimen -marco represor- que sobre prevención -marco divulgativo-sanitario-)”.

El establecimiento de los marcos depende de la accesibilidad o la “facilidad con la que se podría traer a la mente ejemplos o asociaciones”²⁴⁴. Pero no hay que confundir la importancia percibida con la accesibilidad de los marcos²⁴⁵ ya que la importancia percibida de los marcos, en contraste, es el resultado de un proceso más consciente de reunión y procesamiento de la información²⁴⁶.

“Esto conecta a su vez con el llamado efecto *priming* o proceso de activado, un término con el que algunos autores expresan el mecanismo de asociaciones que se produce en la memoria cognitiva de cada persona entre la información que recibe –encuadrada de determinada forma- y la evocación o relace que del conjunto de saberes, valores y experiencias de esa persona se pone en funcionamiento en su mente particular, para reencuadrar y reinterpretar la información recibida”²⁴⁷.

²⁴² Id.

²⁴³ NELSON M., TILLY C. y WALKER L, eds. (1997): *Transforming Post-Communist Political Economies*. National Academy Press, Washington DC, p. 569.

²⁴⁴ Op. cit. SCHEUFELE, 1999, p. 115.

²⁴⁵ Op. cit. NELSON M., TILLY C. y WALKER L, 1997.

²⁴⁶ Op. cit. SCHEUFELE, 1999, p. 114.

²⁴⁷ Op. cit. BALLESTEROS, C. A., 2012, 229-230.

2.11. Los marcos informativos identificados

Las investigaciones en torno a los marcos informativos han seguido dos enfoques diferenciados según Semetko y Valkenburg²⁴⁸: el inductivo y el deductivo.

2.11.1. El enfoque inductivo

El análisis inductivo supone analizar una noticia desde un punto de vista más abierto, con preconcepciones vagamente definidas, ya que los encuadres surgen en la instancia del análisis²⁴⁹.

El análisis inductivo presenta ventajas y desventajas. Como ventaja se puede destacar que permite realizar un análisis profundo del tratamiento de diversos temas y hallar las diversas formas en que éste puede ser encuadrado. Pero tiene como inconveniente que es un método que necesita de una intensa labor, basada en muestras pequeñas y que difícilmente pueda ser replicado, porque los frames que se recogen suelen ser particulares del tema analizado.

Miller y Riechert²⁵⁰ aplicaron el método inductivo para conocer las dimensiones de los encuadres noticiosos. A través de conceptos, palabras y expresiones asociadas con un determinado objeto y su organización semántica —la presencia e intensidad de las co-ocurrencias entre los términos— es posible acceder a las dimensiones subyacentes del discurso noticioso.

2.11.2. El enfoque deductivo

El método deductivo plantea un listado de ítems preestablecido para verificar el grado de apariciones de los encuadres en las noticias. Para realizar este tipo de acercamiento

²⁴⁸ SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M. (2000): Framing European Politics: A content analysis of press and television News, *Journal of Communication*, p. 94.

²⁴⁹ HUMANES, M. L. e IGARTUA, J. J. (2004): El encuadre noticioso de la realidad. Reflexiones teórico-metodológicas sobre el concepto de *framing*. *Quaderns de Filologia*, 2 (8), 201-217.
Op. cit. SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M., 2000.

²⁵⁰ MILLER, M.; y RIECHER, B. (2001): The spiral of opportunity and frame resonante. Mapping the issue cycle in news and public discourse. En: REESE, S.D., GANDY, O.H.; y GRANT, A.E. (Eds.). *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 107-121.

“es necesario tener una idea clara del tipo de *frame* que aparecerá con mayor probabilidad en las noticias”²⁵¹.

Los análisis deductivos parten del planteamiento de un listado de ítems preestablecido para verificar el grado de apariciones de los encuadres en las noticias. Este método requiere “tener una idea clara de los tipos de marcos con probabilidad de encontrarse en las noticias, porque los marcos que no sean definidos previamente pueden ser pasados por alto”, siendo ésta su desventaja, porque siempre tiende a enmarcar de forma restrictiva el objeto de la investigación²⁵².

La ventaja del método deductivo se encuentra en que puede emplearse para muestras amplias, como lo es la nuestra. Debido a esta característica, Semetko y Valkenburg²⁵³ indican la necesidad de definir “un repertorio estándar de indicadores analíticos de contenido que pueda ser usado para medir con fiabilidad la prevalencia de marcos comunes entre las noticias (...) para estudiar la evolución de las noticias en el tiempo, y las similitudes y diferencias en las formas en que la política y otros asuntos de importancia nacional e internacional son enmarcados en las noticias de diferentes países”. Sin embargo, no permite un acercamiento detallado de los encuadres.

2.11.3. Los métodos de análisis

Según De Vreese, Peter y Semetko²⁵⁴ los métodos de análisis se pueden utilizar para identificar dos tipos de *frames*: los específicos (*issue-specific frame*), que se centra en los tópicos propios de los eventos noticiosos, y los generales (*generic frames*), que se pueden aplicar a cualquier texto informativo, independientemente de su temática.

Dentro de los encuadres genéricos podemos encontrar una distinción entre episódicos (*episodic newsframe*) y temáticos (*thematic news frame*). Los primeros describen los asuntos públicos en términos de instancias concretas o eventos definidos: un desempleado, una víctima de discriminación racial o un intento de asesinato. El segundo se basa en asuntos políticos y eventos enmarcados en un contexto más abstracto: cambios en acciones políticas, la acumulación de un proceso de justicia criminal, la

²⁵¹ SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M., 2000, p. 25, en ARUGUETE, 2011, p. 77.

²⁵² Id., p. 94.

²⁵³ Id.

²⁵⁴ Op. cit. DE VREESE, C., PETER, J., y SEMETKO H., 2001.

reducción de gastos gubernamentales. Este abordaje permite otorgar evidencias generales sobre los asuntos²⁵⁵. En nuestro estudio partimos de la existencia tanto de *episodic newsframe* como de *thematic news frame*.

Vamos a trabajar con encuadres genéricos para la elaboración de nuestro análisis porque son la tipología “más extendida en la investigación actual”²⁵⁶:

- Marco de interés humano.
- Marco de conflicto.
- Marco de consecuencias económicas.
- Marco moral.
- Marco de la responsabilidad.

Estos marcos “aportan un guión sencillo y conocido al periodista para construir sus noticias, al tiempo que aseguran una efectividad en la transmisión de las informaciones, ya sea medida esta eficacia en la atención que despierta en las audiencias o en la utilidad para transmitir determinados valores e interpretaciones por parte de los medios”²⁵⁷. Aparte de estos cinco encuadres genéricos, queremos destacar el paradigma de la protesta como encuadre a tener en cuenta en nuestro análisis.

El estudio de Semetko y Valkenburg²⁵⁸ se centró en las representaciones de los líderes políticos europeos en los medios y sus actuaciones durante la reunión entre Jefes de Estado de la Unión Europea que se celebró en Ámsterdam (Holanda) en el año 1997. Los marcos de atribución de responsabilidad” y de “conflicto” fueron los predominantes en la prensa holandesa durante el período de análisis y los tópicos más importantes —la integración europea y los crímenes— se encuadraron en términos de “atribución de responsabilidad” e “interés humano”, respectivamente.

²⁵⁵ IYENGAR, S.; KINDER, D. (1988): *News that matters. Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press, p. 187.

²⁵⁶ LÓPEZ R., P. (2010): Nuevas vías para el estudio del *framing* periodístico. La noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 16, p. 244.

²⁵⁷ Op. cit. BALLESTEROS, 2012, p. 235.

²⁵⁸ Op. cit. SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M., 2000.

2.11.4. El paradigma de la protesta

Es un marco informativo que se caracteriza por apoyar al *status quo*, haciendo más improbable que los lectores se identifiquen con los que mantienen una protesta, siendo más críticos con los manifestantes. También reduce el respaldo de la audiencia a los derechos de expresión de los protestantes. Los medios pueden deslegitimar y marginar a los grupos de protesta, resaltando algunas características de los protestantes, como su apariencia, en lugar de sus reivindicaciones, o resaltando la crítica social por encima de sucesos violentos²⁵⁹.

En el caso de nuestro trabajo, no se puede establecer una barrera entre el *status quo* y manifestantes, pues la diversidad de leyes y de épocas que abarcamos hace que en ocasiones sean los mismos los que unas veces pertenecen a ese *status quo* y otras pasen a ser manifestantes, es decir, no podemos diferenciar claramente entre poder político contra ciudadanos anónimos o grupos sociales. A pesar de esto, sí puede ocurrir que un periódico utilice este paradigma en función de su interés o línea editorial, deslegitimando a una de las partes en detrimento de la otra y resaltando sucesos violentos por encima de la crítica social y viceversa.

Para Shoemaker y Reese²⁶⁰, el apoyo mediático al *status quo* se encuentra arraigado al proceso de producción de noticias, a pesar de que los individuos que producen los mensajes no sean habitualmente conscientes de ello. McLeod y Hertog²⁶¹ apuntan tres características del paradigma de la protesta: estructuras narrativas; dependencia de las fuentes y definiciones oficiales; invocación a la opinión pública; y otras técnicas de deslegitimación, marginalización y demonización.

1. La estructura narrativa es un guión para la historia informativa. McLeod y Hertog²⁶² señalan que es normal que los periodistas utilicen un tipo de historia narrativa de delito violento que publica los hechos como un enfrentamiento entre protestantes y

²⁵⁹ Op. cit. McLEOD, D. Y DETENBER, B., 1999, p. 3.

²⁶⁰ Op. cit. SHOEMAKER, P., y REESE, S., 1996.

²⁶¹ McLEOD, D. y HERTOG, J. K. (1998): *Social control and the mass media's role in the regulation of protest groups: The communicative acts perspective*, en Op. cit. McLEOD, D. Y DETENBER, B., p. 5.

²⁶² Id.

policía, más que como un debate intelectual. Con esta estructura narrativa, la cobertura mediática resalta cualquier violencia asociada con la protesta.

2. Los periodistas confían mucho en las fuentes oficiales y las definiciones que éstas hacen de la situación. Emplean estas fuentes para conseguir objetividad²⁶³. Según esta práctica “es especialmente común para historias de protestas, que se cuentan desde la perspectiva de los titulares del poder y así se refuerza el *status quo*”²⁶⁴.

3. Las referencias a la opinión pública se realiza describiendo a los manifestantes como minorías aisladas, lo que puede deslegitimarles como una fuente.

El paradigma de la protesta nos va a servir para conocer qué fuentes se tienen como fiables, considerándose como informativas, y qué otras fuentes se deslegitiman en el trabajo periodístico.

2.11.5. El marco de interés humano

El marco de interés humano está presente en todas las noticias, porque su uso genera un producto que capta la atención de los lectores²⁶⁵. Suele ser más utilizado en la televisión que en la prensa escrita. Suele aparecer en medios sensacionalistas y aporta un lado más emocional de los hechos²⁶⁶.

2.11.6. Los marcos de conflicto y de consecuencias económicas

De Vreese²⁶⁷ indica que los marcos de conflicto y de consecuencias económicas están “comúnmente identificados” porque en ambos casos se utilizan por estrategias narrativas eficaces.

El marco de conflicto parte de la idea de que las noticias de política y de economía están enmarcadas en términos de desacuerdo entre personas o partidos políticos. Encasillando de este modo las noticias, los aspectos dispares entre las partes en conflicto son

²⁶³ Id.

²⁶⁴ Id., p. 5

²⁶⁵ Op. cit. NEUMAN, R. W., JUST, M. R., CRIGLER, A. N., 1992, p. 62.

²⁶⁶ Op. SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M., 2000, p. 96.

²⁶⁷ Op. DE VREESE, C., 2004, p. 36.

enfanzados, de tal modo que se constituye en el marco más común usado por los medios según Neuman et al.²⁶⁸.

Por otra parte, si solo tuviéramos en cuenta en las consecuencias económicas de una cuestión sería una estrategia muy controlada para establecer las noticias²⁶⁹.

“La presencia del conflicto es un criterio esencial para meter una historia dentro de las noticias, no sólo por vender, sino también para encontrar estándares profesionales de informar equilibradamente. Enmarcar las noticias en términos de sus consecuencias económicas para la audiencia, permite trasladar los valores periodísticos de proximidad y relevancia a las noticias”²⁷⁰.

El marco de conflicto nos resulta especialmente importante al objeto de estudio de esta tesis puesto que al analizar el contenido informativo sobre el divorcio, el matrimonio homosexual y el aborto en los diarios hemos visto que es bastante frecuente la presencia de diversas cuestiones relacionadas con estos temas mostradas como conflictos.

En este sentido, la cuestión económica –marco económico- aparece en nuestro estudio como un hándicap para la práctica del aborto y el divorcio, cumpliendo así con la afirmación de que se trata de un marco estrechamente vinculado al de conflicto.

2.11.7. El marco moral

Semetko y Valkenburg²⁷¹ afirman que debido a la norma profesional de la objetividad, “los periodistas a menudo se refieren al marco moral de un modo indirecto (por ejemplo, a través de citas entrecomilladas)”. Este marco es más habitual en la mente de los lectores que en el contenido de las noticias, lo que denota que la información no es algo estático, sino que forma parte de una corriente informativa²⁷².

²⁶⁸ Op. cit. NEUMAN, R. W., JUST, M. R., CRIGLER, A. N., 1992, 61-62.

²⁶⁹ Op. cit. GRABER, D., 1989.

²⁷⁰ Op. cit. BALLESTEROS, 2012, p. 239.

²⁷¹ Op. SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M., 2000, p. 96.

²⁷² Op. cit. NEUMAN, R. W., JUST, M. R., CRIGLER, A. N., 1992, p. 75.

2.11.8. El marco de la responsabilidad

Según este marco, se puede atribuir la responsabilidad de la causa a diferentes actores, como los políticos, los grupos sociales o los individuos. En una investigación sobre televisión, Semetko y Valkenburg²⁷³ aseguran que las noticias se pueden cubrir a la vez de forma episódica –sin contextualizarlo- y tender, a la vez, a enmarcar al gobierno de los problemas sociales, por la importancia e influencia de la cultura política.

2.12. Uso del *framing*

Con el análisis que vamos a desarrollar podremos identificar el uso de *frames* tanto si se analiza la presentación que un medio hace de un tema a lo largo del tiempo (en nuestro caso, las distintas leyes del aborto o del divorcio, porque sobre el matrimonio homosexual sólo existe una ley) como si se comparan aspectos clave de la presentación de distintos eventos simultáneos (cuando en varias leyes sobre los asuntos diversos que tratamos hay mayor presencia de algunos determinados marcos genéricos frente a otros).

“Tras innumerables estudios tendentes a certificar la efectiva capacidad de los medios para fijar la agenda de temas, el interés por entender la influencia que pudiera tener la forma en la que éstos presentan un asunto supuso un avance en este campo de investigación²⁷⁴. Para McCombs y Evatt²⁷⁵, “quizás es más importante que los medios de difusión puedan influir en el modo en que la gente piensa sobre los temas de la agenda pública”.

McCombs²⁷⁶ asegura que el *framing* es “la selección de un número restringido de atributos temáticamente relacionados para su inclusión en la agenda”. Sin embargo, en contraposición a esta postura defendida por el padre de la teoría de la *agenda-setting*,

²⁷³ Op. SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M., 2000, p. 106.

²⁷⁴ Id. ARUGUETE, N., 2011, p. 78.

²⁷⁵ MCCOMBS, M.; EVATT, D. (1995): Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 1, p. 8.

²⁷⁶ MCCOMBS, M. (1997): New frontiers in agenda-setting: agendas of attributes and frames, Convention annual de la Association for Education in Journalism and mass communication, Chicago, Estados Unidos. p. 6.

“investigadores como Entman han reclamado diferenciar el *framing* de los conceptos que integran la teoría de la *agenda-setting*, dado que no comparten sus premisas ni su lógica de funcionamiento”²⁷⁷. Consideramos adecuado el análisis mediático que queremos realizar a través del *framing* por las características y las posibilidades que presenta esta teoría.

²⁷⁷ Id. ARUGUETE, N., 2011, p. 78.

CAPÍTULO 3

Géneros periodísticos

Introducción

En este capítulo hacemos una revisión de la definición de géneros periodísticos, la importancia que tienen dentro del periódico y enumeramos los distintos tipos que hay de géneros, la vinculación y las características que definen a cada uno de ellos.

No existe unanimidad sobre cuántos géneros periodísticos hay, dado que cada uno de los autores que aparecen reflejados incorpora alguna clasificación que no siempre coincide con la del resto. Por lo tanto, existe una cuestión pendiente de ser resuelta sobre qué géneros hay. Frente a quienes defienden que todos se pueden encasillar en informativos y de opinión, otros consideran que los informativos (que tienen parte de información y parte de opinión) también son otro modelo de géneros.

En el texto indicamos que, al igual que la historia evoluciona por diferentes motivos, los géneros periodísticos también están en constante cambio: hoy en día existen nuevos géneros y los tradicionales se han ido modificando.

Por este motivo, no hay unanimidad a la hora de enumerar aquello que puede denominarse géneros periodísticos. La existencia de los considerados como géneros puros y la irrupción de otros que han ido adquiriendo mayor peso con el tiempo fomentan las discrepancias entre los autores. Lo que queda claro con la literatura que hemos empleado es la importancia suprema que tiene cada tipo de texto periodístico dentro de la actividad diaria de la prensa.

Con el fin de establecer una clasificación general sobre los géneros periodísticos, hemos tomado como referencia la aportada por Martínez Albertos¹, quien diferencia los informativos (la noticia y el reportaje objetivo), los interpretativos (el reportaje interpretativo y la crónica) y el comentario y la opinión (la columna y el artículo). Por otro lado, hemos separado a la entrevista, por ser un modelo de texto periodístico sobre

¹ MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (1998): *Curso general de redacción periodística*, Paraninfo, Madrid.

el que no hay unanimidad en catalogarlo como género puro, mixto, u otro tipo de texto que no se puede encasillar como género puro.

Hemos hecho un inciso especial en el género editorial por la relevancia que tiene como pieza clave de la prensa y, por lo tanto, como herramienta fundamental con la que conocer posteriormente la opinión de los medios impresos de las leyes que analizamos. Nos hemos centrado en varios puntos que nos ayudarán a valorar la importancia de este género: su vinculación con la actualidad informativa, el papel que cumple como espejo de la identidad del medio, la existencia o no de la pluralidad de temas, el posicionamiento sobre algunos asuntos de interés y la influencia que puede generar.

También hemos recogido en este capítulo la información gráfica de los periódicos, por aportar datos adicionales a lo que ofrecen los textos. Por lo tanto, cumple un importante papel dentro de un diario y puede llegar a tener efectos cognitivos sobre el lector.

Dentro de la información gráfica, encontramos la fotografía, que es el resultado de un conjunto de características que la definen y que nosotros hemos descrito. Asimismo, se basa en una serie de códigos icónicos que hemos detallado y que nos ayudarán a perfilar de forma más concreta el papel que juega la fotografía determinada dentro de un periódico.

Hemos hecho referencia a la relación que existe entre imagen y poder político. Algunos autores hacen alusión al uso tendencioso y al impacto visual que puede llegar a tener una fotografía periodística, algo que le carga de valor tanto informativo como dentro del ámbito de la opinión, como hemos señalado en el texto.

El humor gráfico o viñeta es otro modelo de información gráfica que hemos resaltado en este capítulo porque, al igual que la fotografía, se trata de una parte habitual de los diarios y que, según los autores mencionados, ejercen gran influencia sobre los lectores por la carga satírica o la visión particular que muestran sobre un asunto. Esta característica hace que haya quien considere que el humor gráfico es un género periodístico de opinión propio.

Aunque no se trata de un género periodístico como tal, hemos incluido la ubicación de los diversos contenidos dentro del periódico por lo que denota, ya que las páginas impares –como veremos más adelante- tienen un mayor impacto y un mayor número de

lectores que las pares. Por lo tanto, consideramos que para valorar los elementos del periódico sobre los que vamos a extraer la información y opinión del mismo es necesario evaluar también la localización de los textos o imágenes.

3.1. Definición de género periodístico

El género periodístico ha tenido diferentes definiciones y distintas clasificaciones. Pero estos conceptos están estrechamente relacionados a las diversas etapas por las que ha pasado el periodismo: Periodismo Ideológico, Informativo y de Explicación². Vamos a definir qué es un género periodístico para conocer sus características principales según las aportaciones que ofrecen diversos autores.

Los géneros periodísticos son “los diferentes modos, estilos, códigos y convenciones que existen para ayudar al periodismo a interpretar la realidad social. Gracias a esta interpretación periodística de los acontecimientos se pueden desarrollar textos diferenciados que facilitan el entendimiento en las redacciones, permiten organizar el trabajo y faculta al medio para que pueda cumplir su propio pacto de lectura con los receptores”³.

Asimismo, Sánchez apunta al factor temporal que marca el desarrollo de los géneros periodísticos, ya que “son el resultado de una lenta evolución histórica ligada a la propia evolución de la realidad periodística. Una realidad marcada por diferentes etapas o periodos por los que ha transcurrido el periodismo desde mediados del siglo XIX”⁴.

Gargurevich⁵ los define como “formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objeto de su publicación”. Casasús⁶ apunta que “los géneros son respuestas

² SÁNCHEZ C., L. (2008): Una revisión de los géneros periodísticos en la información especializada”.

Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales, 6, 164.

³ Id., pág. 65.

⁴ Id., pág. 64.

⁵ GARGUREVICH, J. (1982): *Géneros periodísticos*, Editorial Belén, Ecuador, 11.

⁶ CASASÚS, J. M. (1991): *Evolución y prospectiva del Periodismo* en CASASÚS, J. M. y NÚÑEZ L., L.: *Estilo y géneros periodísticos*, Ariel, Barcelona, 10-35.

estructurales y estilísticas a las diferentes necesidades expresivas de los hombres, y los géneros periodísticos satisfacen las necesidades expresivas del periodismo”.

Para Gutiérrez⁷, “los géneros periodísticos son modos convencionales de captar y traducir la realidad; son reglas flexibles por las que se rigen y admiten bastantes variedades”.

El estudio de los géneros periodísticos “significa comprender la función de un texto y de un medio de información”⁸. Por lo tanto, el análisis de los diferentes géneros que nos encontremos en nuestro estudio servirá para observar cómo se presentan y contextualizan en los medios de comunicación las leyes que centran nuestro trabajo.

3.2. Clasificación y evolución de los géneros periodísticos

A pesar de que hay un acuerdo bastante consensuado sobre la existencia de géneros periodísticos que han existido tradicionalmente y otros que han ido surgiendo a lo largo del tiempo, hemos observado que no hay unanimidad a la hora de clasificarlos. Hemos recogido algunas propuestas.

La clasificación de Martínez Albertos recoge tres grupos distintos de géneros. El primero, los periodísticos informativos, entre los que destaca la información y el reportaje objetivo. Otros son los géneros para la interpretación periodística, que serían la crónica y el reportaje interpretativo. El último corresponde a los géneros para el comentario y la opinión, donde está el artículo en todas sus modalidades⁹.

Gomis¹⁰ afirma que todo es interpretación, tanto la noticia como el editorial, pero interpretación en diferentes grados y por diferentes medios. Cada modo de interpretar tiene su estilo particular y su función propia en el periódico, que puede ser desde la información hasta la opinión.

⁷ GUTIÉRREZ, J. (1984): *Periodismo de opinión*, Paraninfo, Madrid, p. 99.

⁸ SANTAMARÍA, L. (1990): *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*, Paraninfo, Madrid, pág. 45.

⁹ Op. cit. MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L., 1998, p. 279.

¹⁰ GOMIS LL. (2008): *Teoría de los Géneros Periodísticos*, Universitat Oberta de Catalunya, en *Teoria dels Gèneres periodístics*, Centre d’Investigació de la Comunicació, Barcelona, 1989.

Rodríguez¹¹ apunta que sólo hay dos tipos de géneros. Los informativos, donde se encuentran la noticia, la crónica, el reportaje, la entrevista, la rueda de prensa, el perfil, la biografía, la semblanza y el obituario; y los géneros de opinión, que son el editorial, el suelto, la columna, el artículo, la crítica, el humor, las cartas al director, la carta abierta y la tribuna. Esta clasificación de géneros periodísticos en dos únicos modelos cumple, según Castejón¹², con las dos funciones del periodismo: informar y opinar.

Sánchez¹³ también señala que el debate actual no radica tanto en la denominación de cada género periodístico sino más bien en su clasificación, que se encuentra en constante evolución. El motivo de esto es la gran cantidad de factores que influyen en la definición de género periodístico, “como la aparición de géneros híbridos que están derrotando aún más la clasificación clásica de los géneros”¹⁴.

Sobre las diversas posturas adoptadas por los autores que defienden las nuevas tipologías de géneros, de Fontcuberta¹⁵ asegura que este hecho se produce porque los cambios constantes en la forma de redactar las informaciones suponen la ruptura de fronteras entre los distintos géneros, produciéndose un incremento de estos y también de subgéneros, para poder abarcar todas las posibilidades expresivas que aparecen en los medios de comunicación.

Otra causalidad por la que se han generado nuevos géneros y otros han evolucionado es por la capacidad inventiva de los profesionales de la comunicación, cuya creatividad está al servicio de las necesidades de la actividad periodística¹⁶.

Por ese motivo, se da una estrecha relación entre género y función defendida por Gomis¹⁷, recogida por Sánchez y López¹⁸: “Los géneros nacen para cumplir una

¹¹ RODRÍGUEZ, J. (2000): *Redacción periodística para la comunicación digital*, Universitas, Madrid, p. 52.

¹² CASTEJÓN, E. (1989): *Técnicas de información, Fondo editorial de Humanidades y Educación*, UCV, Caracas, p. 7.

¹³ Op. cit. SÁNCHEZ, 2008, p. 167.

¹⁴ Id.

¹⁵ FONTCUBERTA, M. de (1993): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Paidós, Barcelona, p. 102-108.

¹⁶ SÁNCHEZ, J.F. y LÓPEZ P., F. (1998): Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma. *Comunicación y Estudios Universitarios*, 8, 17.

función, a cuyo servicio ponen sus posibilidades expresivas. Como la función de cada género no es más que una especificación de las funciones que se atribuyen al periodismo, los géneros reflejan la evolución del propio periodismo. Esto significa que los géneros nacen, mueren, amplían sus fronteras... al ritmo de las demandas sociales y de los objetivos, que se marca la profesión periodística”.

Así, en los últimos años, hemos asistido al desarrollo de los llamados géneros del periodismo de servicios y a la aparición de otros “como el análisis, el informe, la noticia de situación, el infográfico”¹⁹.

Las funciones que cumplen los géneros periodísticos están estrechamente vinculadas a los lectores. Por un lado, las innovaciones de los periodistas se hacen para llegar mejor a los lectores y para llegar a un mayor número, y por otro, los lectores con su comportamiento –la compra o no del ejemplar- hacen sentir a los medios la urgencia de buscar nuevos temas, nuevos enfoques o estilos distintos que a veces se traducen en nuevos géneros”²⁰.

Además, los cambios en el sistema de los géneros periodísticos son el reflejo de los cambios de las funciones que la sociedad exige al periodismo. “Nuevas funciones piden nuevos géneros, modifican los existentes o dan relevancia a otros que hasta entonces estaban en un segundo plano”²¹.

La clasificación propia que hacemos de los géneros periodísticos coincide con la mencionada de Martínez Albertos, es decir, establecemos tres grandes clasificaciones de textos periodísticos y dentro de cada una de ellas, ubicamos diversos géneros:

1. Informativos: Noticia o información y reportaje objetivo.
2. Interpretativos: Crónica y reportaje interpretativo.
3. Comentario y la opinión: Editoriales, columnas y artículos.

¹⁷ Op. cit. GOMIS LL., 2008.

¹⁸ Op. cit. SÁNCHEZ, J.F. y LÓPEZ P., F., 1998.

¹⁹ CASASÚS, J. M. (1991): Evolución y prospectiva del Periodismo, en CASASÚS, J. M. y NÚÑEZ L., L.: Estilo y géneros periodísticos, Barcelona, Ariel, p. 23.

²⁰ Op. cit. SÁNCHEZ, J.F. y LÓPEZ P., F., 1998, p. 18.

²¹ Id.

Pero no adoptamos plenamente la clasificación de Martínez Albertos. Según los autores anteriormente mencionados, a la hora de querer establecer un listado de géneros periodísticos es importante tener en cuenta la evolución constante que sufren y que fomenta la creación de géneros híbridos, como defiende Sánchez.

Por este motivo, se puede decir que no está claramente definido en ocasiones a qué género pertenece un texto periodístico, porque tiene características de varios. Un ejemplo de esta circunstancia es la división que hace Martínez Albertos de los reportajes, diferenciando entre los más informativos y los más interpretativos.

3.3. Importancia de los géneros periodísticos en la actividad informativa

Los géneros periodísticos tienen un protagonismo muy relevante en la actividad informativa. Gracias a ellos “se aprenden actitudes y las actitudes generan hábitos profesionales”²².

Además, los géneros también funcionan como horizonte de expectativas para los lectores, quienes eligen lo que desean leer al saber de antemano qué se van a encontrar. Para ello, los géneros facilitan la lectura de los periódicos a través de ciertas herramientas que advierten al lector del género ante el que se encuentra. Estas herramientas son la titulación y otras señales tipográficas, ya que con una presentación estrictamente informativas para un editorial o una columna provocaría extrañeza en el lector a medida que avanza en la lectura, y, con ello, no se estaría respetando las ideas que se había forjado sobre lo que este texto le ofrecía, rompiéndose a través de una determinada presentación el acuerdo implícito entre el redactor / el medio y el lector²³.

En cuanto a la relevancia que tienen los géneros periodísticos, Sánchez²⁴ apunta que “hoy existen demasiadas divisiones en los géneros que no se corresponden con la realidad pero la eliminación, sin más, de los géneros llevaría a una auténtica torre de Babel que no permitiría entenderse en las redacciones ni tampoco lo comprenderían los receptores de los mensajes”.

²² Op. cit. GOMIS, 2008, 99-101.

²³ Op. cit. SÁNCHEZ, J.F. y LÓPEZ P., F., 1998, p. 18.

²⁴ Op. cit. SÁNCHEZ, 2008, p. 169.

Esto demuestra, a juicio de esta autora, que “estamos ante una nueva realidad que está generando una nueva forma de hacer periodismo, que significa adaptar los contenidos y su tratamiento a la nueva realidad que están viviendo los medios de información”, ya que a lo largo de la historia reciente los medios de comunicación han asistido a cambios muy importantes, de forma y fondo, intentando responder a las nuevas exigencias del mercado de la comunicación²⁵.

A propósito del seguimiento que hace la prensa sobre las leyes que analizamos, vamos a distinguir las características más importantes de los géneros periodísticos, diferenciando, por un lado, los informativos -en los cuales se recogen las declaraciones de los actores sociales que opinan sobre las normativas legislativas que estudiamos-; los de opinión, que incluyen los editoriales; y los de interpretación, fruto de las sinergias que puedan existir entre los dos primeros, según los autores que hemos mencionado anteriormente.

Hemos considerado especialmente relevante el género editorial, por ser “la conciencia del periódico”²⁶, que nos servirá de herramienta para extraer la opinión de la prensa escrita sobre los asuntos que abordamos, aunque también nos serviremos para ello de la columna de opinión. Por otro lado, las declaraciones que recogeremos en nuestro trabajo las vamos a extraer de los diversos géneros informativos y, si se diera el caso, de géneros considerados por algunos autores como interpretativos, donde se manifieste literalmente o se haga una clara referencia a la postura de un actor político o social sobre las leyes que abordamos.

3.4. El editorial

El editorial se puede definir como “un artículo de fondo de una publicación periódica donde se expone el punto de la misma con respecto a determinados hechos o actitudes”²⁷.

También puede definirse como “la presentación de un hecho y su valoración argumentada, con la finalidad de aclarar la trascendencia de ciertas noticias de interés,

²⁵ Id.

²⁶ Op. cit. MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L., 1998, p. 238.

²⁷ Id., p. 152.

de manera tal que la importancia de los hechos quede puntualizada para el lector, y con el objetivo de influir en la opinión pública”²⁸.

Se trata de “un trabajo sereno, analítico, destinado a adelantar un comentario o una opinión, en torno a una ley, a una decisión o a una medida de Estado, alrededor de alguna acción pública o en relación con algún importante acontecimiento nacional o extranjero, discutiendo, analizando el asunto y expresando sus ventajas e inconvenientes”²⁹.

Para Patxo Unzueta³⁰, el editorial es “un artículo en el que se ofrece un razonamiento que permite interpretar y valorar un hecho controvertido. De acuerdo con ella, un modelo clásico de editorial sería aquel en que se dieran argumentos a favor y en contra de algo para, tras ser sopesados, conducir a una conclusión, que es la que hace suya el periódico. Se trata de un modelo que recuerda al de las sentencias judiciales. Su eficacia depende de la limpieza y objetividad con que se presentan los argumentos contrarios a la tesis que se defiende. El puro sarcasmo, la caricatura de lo que se pretende refutar, suele ser señal de debilidad argumentativa”.

Para Randall³¹, el editorial es un instrumento para la defensa de los derechos del pueblo en los países donde las libertades fundamentales están amenazadas, siendo una herramienta para advertir a los políticos de la vigilancia para quienes promueven la justicia y la libertad.

Se puede definir el editorial como una herramienta de influencia en la clase política y sectores con influencia social. “La importancia de un editorial no reside simplemente en el hecho de enjuiciar los acontecimientos de acuerdo con unos determinados criterios, sino en las posibilidades que ofrece como instrumento para la manipulación de la

²⁸ ARMAÑANZAS, E. y DÍAZ, J. (1996): *Periodismo y argumentación, Géneros de opinión, Editorial*. Universidad del País Vasco, Bilbao, p. 94.

²⁹ GONZÁLEZ, L., (1943): Periódico y periodismo, *Revista Índice*, La Habana, Cuba.

³⁰ “Esto no es un editorial”, disponible en http://elpais.com/diario/2010/01/07/espana/1262818810_850215.html

³¹ RANDALL, D. (1999): *El periodista universal*, Siglo XXI, Madrid, p. 139.

opinión pública, la orientación de las audiencias, el desarrollo de campañas ideológicas, etc.”³².

Por lo tanto, el papel que juega el editorial dentro del periódico es de especial relevancia. La labor de este género periodístico es compleja y comprometida para el periódico, por lo que sólo se confía a las personas perfectamente identificadas con la línea política de la dirección o los propietarios de la empresa³³.

Gomis apunta que “el anonimato es la fuerza del editorial del diario; cuando el lector busca el editorial para encontrar orientación sobre lo que está pasando, se remite al diario como institución. La solvencia de un diario no se improvisa y se tiene que salvaguardar como un capital precioso”. El autor de un editorial no escribe de igual manera un editorial de forma anónima que si lo tuviera que firmar porque la representatividad de un diario permite adoptar un tono de cierta autoridad que resultaría fuera de lugar en un artículo firmado³⁴.

Además, Gomis señala que “en el editorial, el diario aporta el capital humano del que dispone una organización poderosa y estable. Los grandes diarios acostumbran a ofrecer dos o tres editoriales en una misma edición. No hay una única persona que pueda entender en asuntos tan variados. Los editoriales, cuando la sección funciona adecuadamente, responden a criterios formados –la línea editorial- y a un cierto contraste de opiniones. La elección de los temas y hasta cierto punto de orientación, nacen más naturalmente después de un cambio de impresiones y un cierto debate”³⁵.

3.4.1. Funciones del editorial

El objetivo del editorial es explicar un hecho y su relevancia, para lo que aporta datos sobre el contexto informativo, a través de una visión articulada y relacionada con dicho acontecimiento, para así ayudar a la comprensión por parte del lector; pero también predice el futuro y formula juicios de valor y morales, a través de la función indagadora

³² MORÁN, E. (1988): *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna, editorial*, Euns, Pamplona, p. 140.

³³ Op. cit. MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L., 1998, 244-268.

³⁴ Op. cit. GOMIS, 2008, p. 185.

³⁵ Id., 185-186.

de lo que puede llegar a significar lo que está ocurriendo, captando el síntoma de futuros acontecimientos³⁶.

Entre las funciones más importantes del editorial se encuentra, según Martínez Albertos, ayudar al público a entender la importancia de una prensa libre y responsable, ya que “el editorial es el celoso guardián contra la violación del derecho que tiene el público a saber. Aunque los editorialistas suelen trabajar en el anonimato, en todo el mundo periodístico no hay puesto más importante o respetado que el suyo. Es él quien fustiga el engaño, la injusticia, el desatino; es él quien trata de inspirar a los hombres y a las mujeres para que den lo mejor de sí mismos. El periodista ayuda a los lectores a saber; el editorialista les ayuda a entender”³⁷.

Abril V. apunta unas funciones muy parecidas, ya que el editorial “sirve de ayuda al público, de tal manera que, una vez leídas, las explicaciones y argumentaciones expuestas en el texto, aumente su conocimiento y comprensión del tema abordado”³⁸.

La labor de los editorialistas puede complicar la comprensión del resto de información que recogen los periódicos. Martínez Albertos recomienda tener especial cuidado con esto, ya que “el editorialista puede realizar apelaciones deshonestas a los sentimientos, llegando a entorpecer el correcto conocimiento de los hechos por parte del lector a través de pautas estilísticas en la escritura de estos textos, por lo que su labor puede ser destructiva”³⁹.

A pesar de las posibles dificultades que puede generar el editorial para dar a conocer el hecho noticioso, algunos autores remarcen la existencia de grandes diferencias entre la

³⁶ PALANCO, M. N. (2009): Los textos periodísticos argumentativos: el artículo de fondo y el editorial, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, mayo 2009, disponible en: www.eumed.net/rev/cccss/04/nmpl3.htm

³⁷ COMMITTEE ON MODERN JOURNALISM (1967): *Periodismo moderno*, Letras, México, p. 605-606.

³⁸ ABRIL V., N. (1999): *Periodismo de opinión*. Síntesis, Madrid, p. 145.

³⁹ Op. cit. MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L., 1998, 244-245.

opinión y la información. “En la vida pública del mundo libre, el periódico es un medio de información, objetiva y obra con independencia en la formación de opinión”⁴⁰.

Los objetivos esenciales que debe cumplir el editorial, según Santillán⁴¹ son:

1. Orientar a la población sobre la presencia de asuntos de interés general que, eventualmente, podrían afectarla.
2. Guiar y conducir a la opinión pública en la comprensión de problemas considerados fundamentales.
3. Educar y concienciar a la opinión pública.
4. Formar a la opinión pública para que acepte el pensamiento, las opiniones y juicios de valor expresados en la página editorial.

3.4.2. Identidad del medio

Las definiciones que hemos visto sobre el editorial nos permiten afirmar que es un género que marca claramente la identidad de un periódico y su línea ideológica. Estas cualidades justifican el estudio del editorial para analizar el posicionamiento del *ABC* y *El País* sobre cada una de las leyes objeto de nuestra investigación.

Los principios editoriales de un medio se definen en el editorial del primer número del periódico, que es donde se deja patente los límites en el terreno económico, político, etc. Es en este editorial donde se conocen las líneas generales a través de un discurso “doctrinario y declarativo”⁴². Pero los principios de un periódico también se dan a conocer, según Borrat, en determinadas circunstancias, como el aniversario del medio, cuando hay cambios trascendentales en el propio periódico y al participar en determinados conflictos de gran intensidad⁴³. Estos últimos podrían ser las leyes del aborto, del divorcio, o la ley del matrimonio homosexual, en caso de que los medios que analizamos lo consideren oportuno.

⁴⁰ DOVIFAT, E. (1959): *Periodismo*. Tomo III, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana, México, p. 1.

⁴¹ SANTILLÁN, R. (2006): *El lenguaje en el periodismo de opinión*, Quipus, Quito, p. 89.

⁴² RIVERA, J. B. (1995): *El periodismo cultural*, Paidós. Buenos Aires, p. 137.

⁴³ BORRAT, H. (1989): *El periódico, actor político*, Gustavo Gili, Barcelona, p. 32-33.

Algunos autores restan importancia a la influencia de la opinión en los lectores. Es el caso de Abril V.⁴⁴, quien resta importancia a los argumentos y a las razones que esgrime un artículo de opinión. Esta autora defiende el poder que tiene en los lectores la información en sí misma que cada día selecciona un medio como imagen de la realidad, de tal forma que se convierte en “una actitud doctrinal constante –ideológica o moral– una tendencia continuada que le sirve de seña de identidad”.

3.4.3. Influencias en la opinión de un medio

En la revisión del editorial que hemos analizado hasta ahora vamos a introducir un elemento más. Se trata de la influencia empresarial, social o política que puede tener un periódico y su reflejo en sus editoriales, porque “el juicio crítico no es separable de las relaciones de pertenencia de la institución del medio con los sistemas del entorno”⁴⁵.

El editorial recoge el pensamiento y la opinión en función de la concepción del mundo que tenga el empresario del medio de comunicación. Por lo tanto, no se puede obviar un sesgo ideológico, político, económico y cultural que se manifiesta en este género a través del redactor y donde se expresan las intencionalidades particulares del editorialista para causar efectos en la realidad, a través de la influencia en el cerebro de la persona, considerada como núcleo social⁴⁶.

Hemos resaltado la intencionalidad del editorialista hacia el lector para transmitir la visión del medio sobre la realidad con la finalidad de desgranar las características del género editorial, pero el papel que juega esa influencia sobre el lector y la presentación de los hechos que realiza un periódico se determinan a través del enmarcado que se realice, es decir, la teoría del *framing*, que posteriormente analizaremos.

Más allá de los factores que puedan influenciar la opinión de un medio impreso, “se presume que la postura editorial debe ser ante todo coherente. Sin embargo, esta coherencia hay que entenderla con ciertos matices porque, a menudo, los principios editoriales que el medio proclama a través de diferentes vías no se corresponden con la

⁴⁴ Op. cit. ABRIL V., N., 1999, p. 36.

⁴⁵ Op. cit. GUTIÉRREZ, J., 1984, p. 133.

⁴⁶ Op. cit. SANTILLÁN, R., 2006, p. 91.

línea editorial o ideológica que el lector percibe”⁴⁷. En este sentido, tenemos que tener en cuenta que cada periódico nace en un contexto histórico determinado. Y a lo largo de su existencia debe adaptarse a las circunstancias de cada momento, alternando, si es preciso, esos principios. Puede darse el caso de que antes de que el periódico anuncie expresamente estos cambios se perciban ya en la línea editorial la evolución, como se puede comprobar en los diarios con muchos años de historia. Otro matiz que nos ayuda a entender la idea de coherencia es que los principios editoriales que los periódicos proclaman son tan generales (independencia, servicio a los lectores, pluralismo) que su aplicación práctica no tiene por qué realizarse en un sentido unívoco⁴⁸.

Armañanzas y Díaz ven los principios editoriales como una ideología que coincide obligatoriamente con una corriente política determinada⁴⁹. Abril V. señala que hay ocasiones en las que se dan coincidencias entre un grupo político y un medio; otras en las que el proyecto periodístico responde a los intereses de una base social más amplia y heterogénea o también a intereses de mercado. Sin embargo, en la práctica, la audiencia tiende a identificar a los medios con un partido político, aunque sea a través de relaciones de oposición⁵⁰.

Por ello, hay sectores que han visto en el diario *ABC* “un apoyo al Partido Popular”⁵¹, mientras que según indican los responsables de Opinión de *El País*, “se trata de un periódico independiente, nacional, de información general, europeo, defensor de la democracia, pluralista según los principios liberales y sociales, pero defensor de democracia y comprometido con el orden democrático y legal establecido en la Constitución”⁵². A este periódico “se le ha tachado de apoyar al Partido Socialista (...) a cambio de posibles favores económicos importantes, como la adjudicación de emisoras de radio, asunto que él siempre ha negado”⁵³.

⁴⁷ FERNÁNDEZ, M. A. (2003): *El editorial. Un género periodístico abierto al debate*. Ediciones y publicaciones Comunicación social, p. 84.

⁴⁸ Id.

⁴⁹ Op. cit. ARMAÑANZAS, E. y DÍAZ, J., 1996, p. 171.

⁵⁰ Op. cit. ABRIL V., N., 1999, p. 125.

⁵¹ Op. cit. ARMAÑANZAS, E. y DÍAZ, J., 1996, p. 174.

⁵² Op. cit. ABRIL V., N., 1999, p. 128.

⁵³ Id.

3.4.4. El editorial y la actualidad informativa

Respecto al tratamiento editorial de un tema, hay que destacar que “cuando el director considera que una causa es muy importante puede decidir una serie de editorialistas sobre un mismo tema, escalonados hasta llegar a los editoriales que piden una acción concreta. Tanto cuando exponen errores o corrupciones políticas que necesitan corrección como cuando abogan por mejoras o defienden causas, estas campañas se presentan como una acción pública a favor del interés general y en ellas cumple el periódico una función pública relevante. Por supuesto, las campañas responden a una actitud del periódico y expresan su política”⁵⁴.

Puede suceder que el editorial no tome como referencia acontecimientos de última hora, sino temas que tienen una presencia continuada en la actualidad. En este sentido, Santamaría y Casals aseguran que “cualquier fenomenología social puede ser materia argumentativa para un artículo editorial que refleje la posición ideológica del periódico ante toda problemática o cambio estructural”⁵⁵. Esta idea la desechamos porque en nuestra investigación únicamente tenemos en cuenta los periodos de aprobación de las leyes.

Otras corrientes defienden la importancia de la actualidad informativa en los editoriales. El hecho de que ambas partes estén ligadas limita el análisis de otros temas pasados a las ocasiones en las que es necesario poner al día al lector para facilitar la comprensión de la actualidad periodística⁵⁶. Para Santillán⁵⁷, el editorial debe centrarse en determinados valores, que son “sociales, económicos, políticos, culturales y también debe basarse en valores éticos de la más alta jerarquía; solo que el cúmulo de valores que se expresan, manifiestan y difunden, casi fatalmente, están condicionados a un origen ideológico-cultural y ligados con extrema identidad a la personalidad del propietario del medio de comunicación y a la ideología y personalidad del redactor de editoriales”.

⁵⁴ Op. cit. GUTIÉRREZ, J., 1984, p. 132.

⁵⁵ SANTAMARÍA, L.; CASALS, M. J. (2000): *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*, Fragua, Madrid, p. 266.

⁵⁶ MARTÍNEZ, F. (1996): *Herramientas periodísticas*. Librería Cervantes, Salamanca, p. 111.

⁵⁷ Op. cit. SANTILLÁN, R., 2006, p. 74.

Pero puede darse el silencio editorial sobre temas de gran importancia. Cuando esto ocurre es por una estrategia del medio y puede no crear conflicto al tener la posibilidad de llenar ese espacio con otros asuntos de actualidad⁵⁸.

Para Canel, en España existen diarios que llevan de editorial una noticia vinculada a la actualidad y otros periódicos que mantienen distancia de seguridad respecto a los acontecimientos. “*El País* tiene una agenda editorial temporal: lleva al editorial generalmente la noticia del día. La agenda del editorialismo de *ABC* es la más atemporal”⁵⁹.

La aparición de temas nuevos que no están contemplados en la línea editorial del medio puede ser otro factor por el que un periódico puede retrasar su pronunciamiento sobre ese tema en sus editoriales. Aznárez⁶⁰, ex redactora jefe de la sección Sociedad de *El País*, distinguió el modelo de periódico que nació en la Transición española frente al auge de los temas como la salud o la economía, para reubicarse. “Temas como el divorcio, el aborto, el racismo o la sociedad laica fueron banderas de este periódico, pero ahora se ignora cuál es nuestra postura en temas como la eutanasia, la clonación, el genoma humano, los transgénicos o las nuevas familias, que pasan por las páginas de opinión dando bandazos”.

3.4.5. Tipos de editorial

Fernández⁶¹ ofrece una clasificación de tipos de editoriales:

1. El editorial analítico o informativo. Expone los hechos conectados desde un punto de vista particular, reconstruyendo historias. No se ofrece una argumentación clara ni se vislumbran conceptos que revelen una postura definida. El juicio permanece implícito, se puede deducir del contexto.

⁵⁸ Op. cit. BORRAT, H., 1989, p. 139.

⁵⁹ CANEL, M. J. (1999): *El País, ABC y El Mundo: tres manchetras, tres enfoques de la noticia. Revista de estudios de comunicación*, 6, 97-117.

⁶⁰ AZNÁRES, M. (2001): *Declaraciones: 1976-2001. El País de nuestras vidas*. Disponible en: elpais.es/especiales/2001/25aniversario/especial/01/repor3/p3.html

⁶¹ Op. cit. FERNÁNDEZ, M. A., 2003, 206-220.

2. El editorial instructivo. Explica la importancia de un acontecimiento, analiza sus causas y consecuencias. Tiene un perfil pedagógico.
3. El editorial predictivo. Son aquellos que anuncian la llegada de nuevos acontecimientos y prevén consecuencias a partir del análisis de situaciones presentes y de sus antecedentes.
4. El editorial retrospectivo. Narra hechos del pasado, sin añadir juicios de valor novedosos respecto a los que se emitieron en su día al hilo de los acontecimientos.
5. El editorial retrospectivo jactancioso. Se caracteriza por narrar unos hechos pasados desde la perspectiva del que previamente ha advertido sobre ello. Prosigue en el tiempo a editoriales de denuncia y son propios de periódicos que practican el Periodismo de investigación.
6. El editorial de denuncia y revelación. El periódico se sirve de este tipo de editoriales para exponer el resultado de una investigación emprendida y financiada, en ocasiones, por el propio medio.
7. El editorial combativo. Se caracteriza por la denuncia explícita y unilateral de unos hechos, formulada por lo general con un tono belicoso y pertinaz. Estos editoriales se suelen presentar en periódicos discrepantes con un sistema de gobierno.
8. El editorial apologético. Realiza una defensa tenaz de algo o de alguien y en ocasiones adquiere un tono casi laudatorio. Contiene bastante adjetivación, numerosos adverbios y sustantivos cargados de valoración positiva.
9. El editorial prescriptivo. Tiene características de los dos anteriores, debido a que condena situaciones que considera insostenibles. Ofrece consejos, directrices de actuación y soluciones tangibles.
10. El editorial como manifiesto. Se trata de editoriales que aprovechan acontecimientos estructurales en la marcha de la empresa periodística para proclamar sus principios ideológicos y ofrecer un autorretrato del medio como institución a través de un discurso con frecuencia doctrinario, dogmático y declarativo.
11. El editorial especulativo. Comentan una situación desde la perspectiva de la reflexión y se caracterizan por su carácter contemplativo y, a veces, literario. La argumentación debe deducirse. La tesis rara vez se formula de forma explícita.
12. El editorial necrológico. El periódico ensalza la figura de alguien tras su fallecimiento.

De este listado, hemos seleccionado los números 1, 2, 3, 7, 8 y 10 porque consideramos que son los que más se asemejan a los modelos de editoriales con los que estamos trabajando.

Los puntos fundamentales del código del editorialista y de quienes escriben artículos de opinión son⁶²:

- A. El editorialista debe presentar los hechos con honradez y sin omisiones.
- B. Debe sacar conclusiones objetivas de los hechos expuestos, basándolas en el peso de la evidencia y en el concepto bien meditado del mayor bien.
- C. Nunca debe estar motivado por un interés personal.
- D. Debe comprender que no es infalible y debe permitir que se oiga la voz de aquellos que están en desacuerdo él en la columna de las cartas del público y por otros medios apropiados.
- E. Debe revisar sus propias conclusiones y corregirlas si encuentra que se basan en conceptos erróneos previos.
- F. Debe tener el valor de sostener sus convicciones bien fundadas y nunca escribir nada contrario a su conciencia. Cuando las páginas editoriales son el producto de más de un cerebro, se puede lograr un juicio colectivo firme sólo mediante juicios individuales ponderados. Por lo tanto, deben respetarse las opiniones individuales bien meditadas.
- G. Debe apoyar a sus colegas cuando éstos defiendan las normas más altas de la integridad profesional.

Como hemos dicho al principio de este capítulo, consideramos que los editoriales son el género que mejor expone la opinión de la prensa sobre un tema, para lo que nos hemos basado en las afirmaciones que anteriormente hemos indicado. Pero también existen otros géneros periodísticos que muestran tanto la opinión de los diarios como las declaraciones de los políticos y que nos resultan de gran utilidad para conseguir los

⁶² GRIJELMO, A. (2001): *El estilo del periodista*, Taurus, Madrid, 581-582.

objetivos propuestos en esta investigación. Se trata de la columna, la noticia y el artículo.

3.5. Géneros informativos

Siguiendo el esquema de Martínez Albertos al que ya se ha hecho referencia previamente, a este modelo de géneros pertenece la noticia o información y reportaje objetivo.

3.5.1. La noticia

Se trata de un género informativo. Según el primer manual de periodismo en español, el fin de la noticia es “decir pronto y con el mayor laconismo posible lo que haya que decir, y captar a la vez el interés del lector”⁶³. Esta definición ha cambiado con el paso del tiempo considerablemente⁶⁴. Posteriormente, Kayser⁶⁵ aseguró que este género “constituye la exposición de los hechos. Por ello, excluyen cualquier toma de posición personal por parte del informador que transmite la información, del redactor que la escribe, de los directores que asumen la responsabilidad de su publicación”.

Gargurevich⁶⁶ denominó *nota informativa* a la presentación de hechos acontecidos recientemente que se redactan de acuerdo a normas técnicas y con la única finalidad de presentar los hechos.

Los principios que debía manejar un redactor de notas informativas eran la elección del hecho de actualidad absoluta, la redacción de un *lead* que procure responder a las preguntas clásicas (quién, qué, dónde, cuándo, cómo y, al ser posible, por qué), la redacción del resto de información siguiendo el esquema de la pirámide invertida, es decir, colocando los detalles siguiendo un orden de importancia decreciente, la

⁶³ GRAÑA, M. (1930): *La Escuela de Periodismo*, Compañía Ibero-Americana, Madrid, p. 162.

⁶⁴ PARRATT, S. F. (2003): *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*. Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, 112.

⁶⁵ KAYSER, J. (1974): *El diario francés*, ATE, Barcelona, p. 128.

⁶⁶ GARGUREVICH, J. (1982): *Géneros periodísticos*, CIESPAL, Editorial Belén, Ecuador, p. 36.

abstención de opinión aportando sólo hechos y un estilo de redacción claro, conciso, breve y preciso⁶⁷.

Actualmente, el periodismo español entiende por información aquel texto periodístico que tiene como fin informar asépticamente sobre un hecho de la actualidad⁶⁸, es decir, existe una concepción de la información similar a la que propone Gargurevich.

Las características que indica Parratt⁶⁹ que tienen todas las informaciones son, en primer lugar, un titular que debe ser breve, claro y atractivo. A veces va acompañado de un antetítulo que complementa al titular o aporta un dato relevante. En segundo lugar, el *lead* o párrafo de entrada, que recoge los datos más relevantes, correspondientes a las seis ‘W’. Otra parte de la información es el cuerpo, que desarrolla y completa la información, normalmente según el esquema de pirámide invertida, con coherencia temática pero con párrafos independientes entre sí desde el punto de vista gramatical, de forma que es comprensible separadamente y se puede suprimir desde el final sin que pierda sentido el texto. De esta forma, el lector no tiene que leer toda la información para conocer el hecho noticioso si lo desea. Finalmente, hay que indicar que no se suele firmar. Este autor señala que existen cuatro variedades de las notas informativas: el breve, la información común, la información múltiple y la información presentada como un reportaje.

Siguiendo la propuesta de Yanes, existen varios tipos de notas informativas que queremos resaltar, porque, aunque en nuestro estudio no vamos a diferenciar el tipo de noticia que se trate en cada caso que analicemos, las características de cada uno de ellos nos aproximan al concepto de nota informativa con el que vamos a trabajar en la tesis⁷⁰:

1. La noticia simple es “un texto que refleja el contenido informativo de un asunto concreto de la actualidad, no va acompañada de ningún texto complementario, aunque puede estar ilustrada con una fotografía o ilustración”⁷¹. Sobre este modelo de noticia, conocida también como *breve*, hay autores que señalan que se trata de una información

⁶⁷ Id., p. 37.

⁶⁸ Op. cit. PARRATT, S. F., 2003, p. 115.

⁶⁹ Id. 115-116.

⁷⁰ YANES, R. (2004): El artículo, un género entre la opinión y la actualidad, *Revista Latina de Comunicación Social*, 58, p. 65.

⁷¹ Id.

corta “de un asunto sin gran importancia, que se inserta en cualquier rincón de página interior de un periódico, con un título sin gran despliegue y sin fotografía”⁷².

2. La noticia nominativa, que se caracteriza por ser fruto de declaraciones de un personaje público. “Su contenido refleja solamente las opiniones de alguien que, por la responsabilidad que ocupa, se convierte en información de interés general”⁷³. En este modelo de noticia, el periodista cita textualmente lo más relevante de sus manifestaciones y sólo añade los antecedentes necesarios para su contextualización. Se publican como consecuencia de lo expresado en una rueda de prensa o durante un discurso. Lo importante son las declaraciones y no un hecho acontecido recientemente⁷⁴.

3. La información presentada como un reportaje se caracteriza principalmente porque “incluye como apoyo a su texto otros géneros para mejorar su comprensión, de tal forma que la hace asemejarse a un reportaje, pero es una noticia porque recoge lo ocurrido recientemente y para publicarse no es necesaria una investigación”⁷⁵. Se trata de una información, no un reportaje, “porque comunica hechos de estricta actualidad y la implicación del autor es menor que en el reportaje, aunque a menudo se aprecia en ella una cierta dosis de interpretación. A veces va acompañada de una noticia complementaria que aporta nuevos datos o muestra una noticia relacionada pero de menor envergadura, un texto interpretativo, una pequeña entrevista o incluso un texto de opinión”⁷⁶.

4. La noticia múltiple es aquella que está formada por varias informaciones entre sí. Suelen ocupar toda una página, en la que se incorporan diferentes noticias que tienen un tronco informativo común, por lo que deben considerarse un mismo texto periodístico. No es un reportaje porque no engloba distintos géneros, sino el agrupamiento de varios textos informativos que individualmente son noticias relacionadas con el mismo

⁷² TELLERÍA, E. (1986): Diccionario periodístico, Editorial Oriente, Santiago de Cuba, p. 149.

⁷³ Op. cit. YANES, R., 2004, p. 68.

⁷⁴ Id., p. 65

⁷⁵ Id., p. 71

⁷⁶ Op. cit. PARRATT, S. F., 2003, p. 117.

asunto⁷⁷. En este modelo, la implicación del autor es baja, pero mayor que en las anteriores⁷⁸.

Todas estas modalidades de noticias tienen en común la presencia de declaraciones de representantes sociales y responsables públicos de actualidad. Por eso, consideramos que se trata de un género periodístico del que podemos extraer la información necesaria para conocer sus posturas acerca de los temas que analizamos. La presencia mínima de opinión en algunas noticias –según estos autores- es mínima, por lo que no la vamos a tener en cuenta para establecer la postura de los periódicos sobre las leyes que estudiamos.

Sin embargo, lo que sí vamos a tener en cuenta en nuestro análisis son otros factores que acompañan las noticias y que definen cómo la prensa ha tratado esa información, es decir, su localización e información gráfica, que según hemos indicado en el capítulo dedicado a la mediación informativa, son aspectos determinantes para valorar el tratamiento de la prensa sobre un tema.

3.5.2. El reportaje objetivo

Este género es un trabajo dedicado a profundizar en las interioridades de la noticia, en las causas y consecuencias de algún acontecimiento de actualidad, y a investigar aspectos no conocidos a partir de testimonios confidenciales o a través de la búsqueda de datos, aunque no todo el periodismo de investigación es reportaje⁷⁹.

El reportaje es un género periodístico que indaga con distintos grados de profundidad, valiéndose de múltiples fuentes y métodos, sobre hechos o situaciones de interés público para dar a conocer su existencia, relaciones, orígenes o perspectivas, mediante el empleo de diversas estructuras y recursos expresivos⁸⁰.

Es fácil confundir el reportaje con la información o noticia por ser dos géneros periodísticos muy parecidos. Según Martínez Albertos, solo se distinguen en el estilo, ya que mientras la noticia tiene un lenguaje preciso, en lo que este autor llama reportaje

⁷⁷ Op. cit. YANES, R., 2004, p. 71.

⁷⁸ Id., p. 74.

⁷⁹ Id. P. 195.

⁸⁰ ULIBARRI, E. (1994): *Idea y vida del reportaje*, Editorial Trillas, México, p. 38.

objetivo se admite una gran libertad expresiva con tintes literarios⁸¹. Uno de los rasgos más característicos de los reportajes es que suelen ir acompañados de infografía, “un complemento informativo que ofrece grandes posibilidades, incluso más que la fotografía”⁸².

Con respecto a la estructura del reportaje, Patterson⁸³ destaca la coherencia y seguimiento oportuno de los parámetros que hay que seguir para redactar un reportaje: la entrada, los antecedentes al tema, desarrollo del tema, el análisis profesional del reportero y la conclusión.

Gomis⁸⁴ asegura que el reportero es una persona que se interesa por el tema que trata y explora, puede lanzarse sin saber mucho, porque precisamente por su sensibilidad descubre lo que dará vivacidad al reportaje. Además, hace reportajes de temas diversos y lugares diferentes a los que se acerca con ojos curiosos. El reportaje acostumbra a ser uno, es la unidad, aunque a veces se serie por razones de espacio. El cronista, en cambio, es un experto que no se mueve del terreno que conoce. El reportero descubre aquello que le es ajeno, el cronista habla de lo que es suyo. También tiene que buscar un lead brillante que capte la atención del lector y despierte su interés. El cronista no lo necesita, porque cuenta por adelantado con la curiosidad del lector que buscas el tema que le interesa.

En cuanto al modelo de redacción del reportaje, Patterson⁸⁵ apunta que se puede escribir de diferentes formas, en función del tipo de tema investigado, lo extraordinario del mismo y al estilo y creatividad que posea el periodista. Para este autor, las formas más habituales que se emplean son dos:

1. El descriptivo y el demostrativo, que describe cada aspecto del tema investigado. También se denomina gran reportaje o reportaje clásico o tradicional.

⁸¹ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1991): *Curso general de redacción periodística*, Thomson, Madrid, p. 302.

⁸² Op. cit. YANES, R., 2004, p. 201.

⁸³ PATTERSON, C. M. (2003): El buen reportaje, su estructura y características, *Revista Latina de Comunicación Social*, 56, p. 2. Disponible en: www.ull.es/publicaciones/latina/20035633patterson.htm

⁸⁴ Op. cit. GOMIS LL., 2008, 99-101.

⁸⁵ Op. cit. PATTERSON, C. M., 2003, p. 2.

2. El demostrativo, que es menos usado que el descriptivo y se utiliza con mayor frecuencia en el periodismo investigativo. Su función es comprobar algo dentro de la investigación.

3.5.2.1. Funciones y características del reportaje

Las funciones que debe cumplir el reportaje para completar el ciclo del buen trabajo periodístico y que pueda ser captado por quien lo recibe son⁸⁶:

1. Informar: Es el papel fundamental del periodismo, debemos informar sobre todo hecho de interés para nuestra sociedad.
2. Describir el suceso para que se ofrezca realmente información.
3. Narración del acontecimiento de forma detallada.
4. Investigar, porque si no hay investigación no hay reportaje.

Las características de un reportaje que aporta este autor⁸⁷ son:

- A. La descripción del suceso, algo que en este género periodístico la descripción es elemental.
- B. La veracidad y credibilidad que tenga el reportaje, porque en el trabajo no debe caber la duda, y para ello, la información presentada debe ser cierta y con fundamento.

3.6. Géneros interpretativos

En este tipo de géneros nos encontramos con el reportaje interpretativo y la crónica.

3.6.1. Reportaje interpretativo

El otro modelo de reportaje que apunta Martínez Albertos es el interpretativo, cuya característica principal es que el periodista puede hacer observaciones u opinar, pero desde un ámbito muy profesional. Para esto, el reportero debe tener la suficiente habilidad para buscar correctamente la información; además, su investigación tiene que abarcar todos los aspectos sobresalientes del tema. Sus fuentes deben acercarse lo más posible al eje del asunto⁸⁸.

⁸⁶ Id.

⁸⁷ Id.

⁸⁸ Id.

3.6.2. La crónica

Es un género que se encuentra entre el periodismo informativo y el de opinión⁸⁹, que toma de la noticia y del reportaje el elemento noticioso, hasta el punto de que en numerosas ocasiones suele titularse como una noticia. Pero se distingue de este género porque incluye una visión personal del autor⁹⁰.

La clara identificación con el periodismo informativo que tiene la crónica se debe a que se basa en la noticia, sin la cual sería un relato histórico o un artículo valorativo⁹¹.

Para Grijelmo, “la crónica es un género difícil de dominar porque incluye elementos noticiosos pero también de análisis, y se corre el riesgo de que el periodista no tenga la formación o experiencia suficiente en la materia, o se le vaya la mano y cargue las tintas en sus juicios personales”⁹².

La combinación entre lo acontecido y la interpretación personal de los hechos marca el rasgo fundamental de este género. “El cronista tiene la obligación de informar sobre lo sucedido, de contarlo, pero, a diferencia de la noticia, lo comenta desde su propio punto de vista. Es un relato sobre un hecho noticiable, pero en el que se incluye la valoración parcial de su autor. Se trata de una interpretación subjetiva de los hechos”⁹³.

Aldunate y Lecaros⁹⁴ consideran que la crónica es un género estrictamente informativo que muestra uno o varios hechos ordenados, con lead y pirámide invertida jerarquizados en forma descendiente al interés informativo. Sin embargo, Abril V.⁹⁵ asegura que la información y la interpretación son inseparables dentro de la crónica.

Un factor fundamental de la crónica es la firma. “El hecho de firmar una crónica otorga a su autor toda la libertad expresiva en su estilo personal, con las limitaciones

⁸⁹ Op. cit. GUTIÉRREZ, J., 1984, p. 114.

⁹⁰ Op. cit. GRIJELMO, A., 2001, p. 88.

⁹¹ GARCÍA, F. (1985): *Cómo escribir para la prensa*, Ibérico Europea de Ediciones, Madrid, p. 60.

⁹² Op. cit. GRIJELMO, A., 2001, p. 89.

⁹³ Op. cit. YANES, R., 2004, p. 181.

⁹⁴ ALDUNATE, A. F. y LECAROS, M. J. (1989): *Géneros periodísticos*. Pontificia Universidad Católica de Chile, p. 25.

⁹⁵ Op. cit. ABRIL V., N., 1999, p. 170.

deontológicas de la veracidad de los hechos narrados”⁹⁶. Esos hechos que el periodista cuenta en la crónica son los que utilizaremos en nuestro estudio. El resto –es decir, la parte que aporta el autor según su estilo o punto de vista de las crónicas parlamentarias- lo descartaremos, porque, como ya hemos indicado, la opinión de los medios la seleccionaremos de aquellos géneros en los que aparece de forma más clara.

El papel del autor de la crónica también es el de testigo directo de lo sucedido. Este género “es una información de hechos noticiosos, ocurridos en un periodo de tiempo, por un cronista que los ha vivido como testigo, investigado e, incluso, como protagonista y que, al mismo tiempo que los narra, los analiza e interpreta, mediante una explicación personal”⁹⁷.

En la crónica hay que interpretar siempre con fundamento, sin prejuicios aventurados y además de una manera de una manera muy vinculada a la información. “El periodista precisará de una gran habilidad para introducir los elementos interpretativos: habrá de evitar que las opiniones ligadas a ellos queden desnudas y se conviertan en frases editorializantes que se han colado de rondón en un género que no les corresponde”⁹⁸.

Cantavella⁹⁹ aporta un listado de los rasgos fundamentales que definen una crónica:

1. Que debe ser sintética, al resumir en un par de folios la actualidad del día o de la semana.
2. Imparcialidad, porque la valoración se basa en los conocimientos, no en la subjetividad del firmante.
3. Brillantez, porque se trata de transmitir unas realidades que el lector no conoce, pero que le gusta ver expuestas de una forma segura y atractiva.
4. Interés humano, ya que los hechos fríos desconciertan más que aproximan. Siempre que se pueda hay que contar los hechos a través de detalles que lo hagan más

⁹⁶ Op. cit. YANES, R., 2004, p. 184.

⁹⁷ BERNAL, M. (1997): *La crónica periodística. Tres aportaciones a su estudio*, Padilla Libros, Sevilla, p. 27.

⁹⁸ Op. cit GRIJELMO, A., 2001, p. 89.

⁹⁹ CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (2004): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, Editorial Ariel, Barcelona, 398-399.

próximo, porque es la forma de que el lector se identifique con quienes están viendo un acontecimiento grato o ingrato.

Gomis¹⁰⁰ dice que la crónica es un género de cómoda escritura, por la anchura de sus límites literarios, aunque siempre se agradece que el cronista esté bien informado, combine bien los datos, cuente sus impresiones con discreción y más como observador y persona enterada que como actor. El cronista traspasa indebidamente la frontera de los géneros cuando se convierte en comentarista. El lector lo nota y no es extraño que manifieste su contrariedad. Lo que es propio del cronista es la buena información, la variedad de fuentes siempre que sea necesario, la impresión clara del entendido, expuesta con destreza y finura.

En referencia a la clasificación de crónicas, Cantavella apunta que pueden ser en función del lugar o del tema que tratan. Una de las modalidades que señala es la crónica parlamentaria, que es donde se incluyen textos periodísticos objeto de este trabajo. Según este autor, “se trata de la interpelación que se ofrece sobre las actividades de los diputados, fundamentalmente del trabajo y de las discusiones que se llevan a cabo en los plenos y en las comisiones más conflictivas. No se limitan a informar de votaciones ni discursos, porque eso lo hacen otros redactores del medio o se recoge como noticia de agencia, sino que se centran en poner de relieve intenciones, coincidencias, mensajes ocultos, acuerdos que no trascienden, momentos de tensión, dificultades y equivocaciones, antecedentes y consecuencias y chascarrillos”¹⁰¹.

Además, asegura que “estos textos permiten que nos enteremos de lo que no se aprecia a primera vista, ni siquiera al leer la información correspondiente. Pero, sobre todo, lo que se hace es atrapar, a base de personajes, anécdotas o palabras clave, el espíritu de lo acontecido en la Cámara. Por eso los cronistas deben permanecer muy atentos, porque en el transcurso de una sesión soporífera, que no parece dotada de ningún interés, surge la chispa que les hace ver el hilo de interés informativo que se encuentra agazapado entre la palabrería”¹⁰².

¹⁰⁰ Op. cit. GOMIS, 2008, 165-166.

¹⁰¹ Op. cit. CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F., 2004, 412-413.

¹⁰² Id.

3.6.3. Diferencias entre la crónica y el reportaje

Lo que diferencia fundamentalmente a una crónica de un reportaje es que para la primera el periodista está en el lugar de los hechos, mientras que para el segundo puede estar ausente. Además, el tiempo cronológico marca la estructura de la crónica, mientras que en el reportaje se contextualiza pero la secuenciación temporal no centra el texto¹⁰³.

También se puede confundir el reportaje de la noticia. “Si conocemos que la noticia es definida como una publicación de un suceso actual y de interés social, y que el reportaje es un género que busca una información de manera amplia y profunda, entonces percibimos que sí existe una diferencia. A pesar de que tanto el reportaje como la noticia informan sobre un hecho y deben redactarse de acuerdo a una estructura lógica y coherente, el reportaje es más abarcador y extenso que la noticia. La noticia sólo se encarga de presentar lo esencial del suceso ocurrido”¹⁰⁴.

Otro aspecto que diferencia a ambos géneros es que en la noticia no se permite el análisis, mientras que en el reportaje sí. Además, el tiempo para una noticia es muy corto, porque la información se desvanece rápidamente. El reportaje requiere de más tiempo para la publicación, debido a su extensión investigativa¹⁰⁵.

3.7. El comentario y la opinión: otros géneros

Además del género editorial, que ya se ha descrito, se han destacado otros géneros de opinión, siguiendo la clasificación señalada de Martínez Albertos.

3.7.1. La columna

Este género se puede definir como “un artículo de lugar y periodicidad fijos de publicación, firmado, con título general igualmente habitual a modo de identificación, que expresa opiniones personales sobre personas o eventos determinados y que sirve también de complemento de información”¹⁰⁶.

¹⁰³ ELÍAS, C. (2003): *La ciencia a través del periodismo*, Nivola, Madrid, p. 220.

¹⁰⁴ Op. cit. PATTERSON, C. M., 2003, p. 1.

¹⁰⁵ Id.

¹⁰⁶ GARGUREVICH, J., 1982, 219-220.

Casals establece una estrecha vinculación entre la columna y la literatura, definiendo este género como “un producto literario para el consumo de masas, es decir, de un público muy amplio y que lee con prisas. De ahí su casi obligada brevedad: en poco espacio ha de presentarse el tema o asunto del que se va a hablar, desarrollar los argumentos con gran creatividad retórica y formular un párrafo final que, más que sentenciar, cierra el círculo abierto desde el principio (...). La columna puede combinar como ningún otro género periodístico de opinión la calidad literaria con la rotundidad de las opiniones, la imaginación artística engarzada con esa realidad ideológica o sentimental que quiere el escritor compartir”¹⁰⁷.

Este género no siempre se basa en la actualidad informativa. El autor de la columna puede hacer un texto con gran variedad de estilos, basándose en la actualidad informativa o en algún tema concreto “el material que se trata juega con el sentido y el estilo personal que le da el columnista: a veces es un análisis sesudo, meditado, profundo de una cuestión; otras, es un material satírico, irónico, festivo o humorístico; otras, es un simple comentario personal basado en informaciones que también se brindan”¹⁰⁸.

Asimismo, Casals aporta una visión de la columna independiente de la actualidad informativa. Asegura que este género, en numerosas ocasiones “se preocupa por aquellos hechos o asuntos que no han podido ser noticia porque quedaron fuera de los filtros de selección; otras veces extrae datos que han pasado inadvertidos en las informaciones apresuradas y los valora en su individualizada medida; también puede ser un análisis personal sobre hechos acaecidos, una simple reflexión íntima, un entretenimiento literario o un ejercicio doctrinario y sectario”¹⁰⁹.

Aparte de la independencia de la actualidad informativa, otro rasgo característico de la columna es la coherencia que debe existir entre la línea periodística y cultural del

¹⁰⁷ SANTAMARÍA, L.; CASALS, M. J. (2000): *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*, Fragua, Madrid, p. 33.

¹⁰⁸ TELLERÍA, E., 1986, p. 58.

¹⁰⁹ Op. cit. SANTAMARÍA, L.; CASALS, M. J., 2000, p. 33.

columnista y el periódico. La falta de una coincidencia general entre ambas posiciones da lugar a un desconcierto del público¹¹⁰.

3.7.1.1. La columna como arte

La columna es un arte y una técnica que se adapta a la personalidad del titular, como periodismo personal que es. Uno de los secretos de la columna es la atmósfera de intimidad con el lector que promueve. La columna responde a la necesidad de conocer a quien habla, e indica, como ha dicho un columnista, la preferencia del público por el contacto directo con un individuo más que con el producto editorial anónimo de una corporación. La diversidad de columnistas y criterios es una contribución a la opinión independiente del lector¹¹¹.

El peso de la columna es el autor, que es el factor fundamental que hace interesante una columna. “Al columnista no se le contrata para escribir sobre algo concreto... sino para escribir, sin más”¹¹².

La libertad de un columnista radica en la libertad que tiene para los temas que trata en su texto, las ideas que se defienden al respecto, el estilo, la estructura y las formas expresivas (narración, argumentación, representación y sus respectivas combinaciones). Esta libertad se convierte en una característica diferenciadora con respecto a otros géneros, explica que se ponga en juego un *ethos* que convoca a unos determinados lectores. No se trata tanto de una adecuación del columnista a sus lectores como a la inversa: son los lectores quienes descubren en las páginas de los periódicos alguien con quien sintonizan y de quien se fían¹¹³.

“Estas características hacen que los lectores otorguen al columnista los rasgos de sinceridad, credibilidad y competencia, ya que los lectores tienden a fiarse de aquellos con los que habitualmente coinciden, con los que comparten valores y planteamientos,

¹¹⁰ Op. cit. MORÁN, E., 1988, p. 167.

¹¹¹ Op. cit. GOMIS LL., 2008, p. 184.

¹¹² Op. cit. SANTAMARÍA, L.; CASALS, M. J., 2000, p. 33.

¹¹³ LÓPEZ, F. (1996): *La columna periodística. Teoría y práctica*, EUNSA, Pamplona, 124-125.

con quienes reaccionan ante las cosas y los acontecimientos de un modo similar al suyo”¹¹⁴.

3.7.1.2. Tipos de columnas

Martínez Albertos¹¹⁵ señala que la clasificación de la columna puede hacerse como género analítico sobre un asunto o como género de opinión personal. Para ello, comienza por distinguir entre los significados de analista y comentarista:

1. Analista: En el trabajo periodístico, persona que escribe el análisis o explicación objetiva de los hechos noticiados y que aporta los datos precisos para interpretarlos correctamente. Estas columnas son características de periodistas especializados en determinadas áreas que explican datos que la noticia como género informativo no puede hacer porque la alejarían de su papel de relato urgente de hechos.

Las columnas analíticas, además, interrelacionan hechos y estudian con perspectiva las diversas posturas que el hecho en cuestión ha generado. No suelen juzgar de un modo contundente, sino que deja esa tarea al lector.

2. Comentarista: En el trabajo periodístico, persona que enjuicia subjetivamente los acontecimientos y que manifiesta de manera explícita su opinión. En la más elemental lectura de estas dos definiciones, vemos ya la distribución de campos y de tareas de las labores específicas de la redacción en los medios periodísticos.

Sobre este modelo de columna, Casals¹¹⁶ afirma que su autor “suele ser un escritor, o actor social, de éxito. Por lo tanto, estos columnistas llegan a ser, junto a los presentadores de televisión, los periodistas más conocidos y reconocidos. Además, son, en el mejor de los casos, buenos escritores de piezas cortas, artículos que van desde la argumentación brillante hasta el recurso de la fábula como método expresivo y persuasivo. Dominan la fuerza de la frase corta y cargada de contenido y saben armar su discurso de principio a fin con un cosido retórico primoroso”.

¹¹⁴ Op. cit. LÓPEZ, F., 1996, 225-226.

¹¹⁵ Op. cit. MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., 1991, p. 375.

¹¹⁶ Op. cit. SANTAMARÍA, L.; CASALS, M. J., 2000, p. 43.

El éxito creciente de la columna personal radica en el empleo de la subjetividad. En este modelo de columnismo no importa tanto lo que está pasando sino las vivencias y pensamientos de su autor. Son un adorno metafórico en mitad de toda la información que recogen los periódicos¹¹⁷.

Johnson¹¹⁸ establece cinco requisitos para definir lo que es un buen columnista:

- A. El conocimiento, pero ha de ser un conocimiento seleccionado, nunca debe estar adornado con datos sino que debe estar administrados en su justa medida, según las necesidades del artículo.
- B. Las lecturas y bagaje cultural sobre todo tipo de temas de conocimiento, algo que es imprescindible para escribir bien.
- C. La tercera clave es el instinto para las noticias. El escritor de columnas tiene que recordar en todo momento que está haciendo periodismo y que el lector busca siempre la novedad.
- D. Necesidad de variedad temática y de oportunidad. Para este autor, se piensa cuánto y cuándo se escribe sobre algún asunto determinado, porque no considera, por ejemplo, que deba escribir mucho sobre religión ni en determinadas fechas, como en la Pascua, cuando lo hacen todos los demás.
- E. El último trata sobre la vanidad del columnista, el pecado capital de este tipo de periodista escritor que se genera la fama de sabelotodo.

3.7.1.3. Pluralidad en la opinión del medio

El vínculo entre el editorial y los columnistas es un aspecto a tener en cuenta, porque no siempre reflejan en el periódico opiniones en la misma línea. Los periódicos contratan a articulistas cuyo punto de vista es opuesto al de los editoriales para ganarse la confianza de los lectores, quienes ven criterios opuestos y, por lo tanto, imparcialidad y pluralidad en la prensa que leen¹¹⁹.

¹¹⁷ Op. cit. SANTAMARÍA, L.; CASALS, M. J., 2000, p. 43.

¹¹⁸ JOHNSON, P. (1997): *Al diablo con Picasso y otros ensayos*. Buenos Aires, p. 17.

¹¹⁹ GUTIÉRREZ, J., 1984, p. 180.

En nuestro estudio analizaremos si los diarios *El País* y *ABC* defendieron desde los primeros años del actual periodo democrático hasta la época actual las mismas ideas en sus editoriales y en los textos de los articulistas y columnas o, por el contrario, a lo largo de estos años han modificado sus opiniones sobre las leyes que analizamos.

La justificación de esta deserción de los espacios de opinión con los editoriales de un periódico puede encontrarse en que estos últimos “son ideología, la conciencia del periódico, un punto de vista que también lo compromete y que se utiliza como reclamo para mejorar su imagen y posición en el mercado. De ahí que los artículos firmados, aunque a veces disientan o se alejen levemente de la línea editorial del medio, sean una opinión que utiliza el periódico para expresarse y si los publica, es precisamente porque considera valiosa esa opinión para sus objetivos o estrategias”¹²⁰.

3.7.2. El artículo

El artículo es un género que, según señala, está ligado a la opinión. “Escrito de muy vario y amplio contenido, de varia y muy diversa forma, en el que se interpreta, se valora o explica un hecho o una idea actuales, de especial trascendencia, según la convicción del articulista”¹²¹. Su número, tipología y extensión varían de unos diarios a otros. Sus autores suelen ser personas de gran prestigio que, en numerosas ocasiones, motivan a los lectores la compra del periódico por las aportaciones de las firmas relevantes¹²².

Estos colaboradores suelen seguir la línea ideológica del diario. “Una de las pocas excepciones es el diario *El Mundo*, que, quizás como estrategia empresarial, cuenta entre sus articulistas con defensores de tendencias muy dispares”¹²³.

Entre las modalidades de artículos que indica Parratt¹²⁴ encontramos:

- 1- El *op-ed* (abreviatura de *opposite the editorial page*) creado por los periódicos norteamericanos. Su denominación procede de su originaria ubicación en la página

¹²⁰ Op. cit. ABRIL V., N., 1999, p. 129.

¹²¹ MARTÍN V., G. (1981): *Géneros periodísticos*, Paraninfo, Madrid, p. 189.

¹²² Op. cit. PARRATT, S. F., 2003, p. 149.

¹²³ Id.

¹²⁴ Id., 149-151.

que se sitúa enfrente de la editorial. Su función inicial era ofrecer una opinión distinta a la expresada por el periódico. Hoy se reserva a artículos o columnas de firmas independientes, que discrepan con la opinión del periódico en algún tema de actualidad.

- 2- Tribuna libre. Este género se publica con cierta regularidad en algunos diarios, mientras que en otros sólo aparece excepcionalmente, destacado en recuadros y bajo el epígrafe de “tribuna libre”, donde se da a conocer la opinión supuestamente separada de la del periódico.
- 3- Los despieces. No contienen necesariamente opinión, pueden ser notas aclaratorias o complementarias que acompañan a las informaciones de cierta extensión mediante un recuadro diferente para que el lector sepa que se trata de un texto en el que se opina sobre dicha información.
- 4- El ensayo. Son la exposición de ideas y conceptos abstractos desde un enfoque original por parte de su autor¹²⁵. Los más frecuentes son los ensayos doctrinales, propios de revistas culturales y especializadas, que son menos profundos cuando se publican en la prensa diaria.

3.8. La entrevista

Balsebre, Mateu y Vidal afirman que “la entrevista periodística escrita es un género fronterizo entre la oralidad y la escritura. En ella el lector tiene la impresión de un encuentro cara a cara, de una proximidad obvia e inmediata con el personaje. Se oye su voz, pero quien escribe las palabras, cabe recordar, es un tercero: el periodista”¹²⁶.

Estos autores señalan que el origen de la entrevista periodística es el interés por comprender al hombre. “Preguntar a alguien es como preguntarse a sí mismo sobre asuntos como la vida, la muerte, el éxito o el fracaso, escuchamos sus respuestas y buscamos en ellas la solución a nuestros interrogantes. Así el entrevistador llega a ser

¹²⁵ DELLAMEA, A. B. (1995): *El discurso informativo. Géneros periodísticos*, Fundación Universidad a Distancia “Hernandarias”, Buenos Aires, p. 73.

¹²⁶ BALSEBRE, A.; MATEU, M.; VIDAL, D., (1998): *La entrevista en radio, televisión y prensa*, p. 246.

entrevistado, en cierta manera, por él mismo en un juego de espejos humano y humanista”¹²⁷.

En la estructura formal de la entrevista que propone Quesada¹²⁸, en primer lugar se encuentra la entradilla, para presentar al personaje con una tipografía diferente al resto del texto; la introducción, donde se describe al entrevistado y el ambiente que reina en la conversación; y el cuerpo, que es la entrevista propiamente dicha. Ésta última parte es la que nos sirve para la elaboración de nuestro análisis, por ser donde se recogen las declaraciones que nos resultan válidas.

Balsebre, Mateu y Vidal comparan la entrevista con el trabajo de los detectives, porque en ambos casos, además de hablar las personas también dice mucho el entorno que rodea al personaje. Según afirman, “cuando leemos entrevistas las cosas nos hablan. Son pistas abandonadas en el lugar del encuentro para quien quiera entender. El libro abierto sobre una mesita, el polvo que cubre los muebles de la casa, el aspecto estudiadamente desaliñado o rutinariamente impecable del despacho, la forma de vestir, de moverse, de hablar... Escribir una entrevista es, pues, también una actividad de interpretación de indicios y detalles, de búsqueda de fragmentos, de atribución de significados. Un tipo particular de actividad semiótica que configura un estilo característico de este género”¹²⁹.

Existen dos tipos de entrevistas claramente diferenciados¹³⁰:

1. La informativa/temática objetiva/de declaraciones, que está relacionada con la actualidad.

Quesada define la entrevista informativa como “aquella cuyo principal objetivo es recabar el máximo de información procedente del entrevistado, es la que presenta mayor sujeción al elemento de actualidad”¹³¹.

¹²⁷ Id., pág. 286.

¹²⁸ QUESADA, M. (1984): *La entrevista, obra creativa*, Mitre, Barcelona, p. 312.

¹²⁹ Id.

¹³⁰ Id., p. 284.

¹³¹ QUESADA, M., 1984, p. 247.

Según apunta esta autora, “el personaje escogido deberá ser parte activa de lo que generalmente se entiende por actualidad periodística, ya sea por su cargo, su profesión o su relevancia personal” y la información que éste facilite y luego tenga reproduzca el entrevistador deberá hacer referencia, asimismo, a esas situaciones o acontecimientos que “susciten el interés de la opinión pública”¹³².

2. La de personaje/literaria/creativa, de carácter subjetivo.

Quesada¹³³ define este segundo modelo como un ejercicio literario, y por ello la denomina entrevista literaria. Se trata de un texto atemporal, cuya publicación se rige más por lo intangible de la oportunidad periodística que por el citado criterio de actualidad noticiosa.

Habitualmente, las preguntas que se hacen en una entrevista son las abiertas –en las que el entrevistado puede responder como considere oportuno- y cerradas –sólo admiten un monosílabo, aunque puede estar acompañado por una explicación¹³⁴ -. Para nuestro trabajo, consideramos válidas las preguntas abiertas, por tratarse de aquellas en las que podemos extraer declaraciones del entrevistado, mientras que en las cerradas eso no es posible.

Sobre la catalogación de la entrevista dentro de los géneros periodísticos, Balsebre, Mateu y Vidal¹³⁵ defienden que sí se trata de un género propio y no una variante del reportaje o un mero subgénero.

Sin embargo, para Graña la entrevista no es un género periodístico, sino un tipo de información que situaba junto a modalidades temáticas como sociedad, deporte o sucesos. Dentro de lo que denominaba *interviú* a la entrevista en sí, así como conferencias, discursos o relatos de asambleas, ya que, a su juicio, “el fondo de esta información se reduce a las manifestaciones hechas en privado o en público, oralmente o por escrito, por uno o varios individuos”¹³⁶.

¹³² Id.

¹³³ Id, 247-248.

¹³⁴ Op. cit. YANES, R., 2004, p. 83.

¹³⁵ Op. cit. BALSEBRE, A.; MATEU, M.; VIDAL, D., 1998, p. 279.

¹³⁶ Op. cit. GRAÑA, M., 1930, p. 178.

Según este autor, “la entrevista es un género del periodismo informativo que refleja la respuesta de un personaje, cuyas opiniones, debido a su relevancia social, al cargo que ocupa o a su implicación en hechos de la actualidad informativa, son de interés general”¹³⁷.

Esta indefinición sobre la autonomía o pertenecía a otro género de la entrevista periodística nos motiva a describirla de manera independiente al resto de clasificaciones.

3.9. Información gráfica

Las información gráfica desarrollan un papel fundamental dentro de los contenidos noticiosos, pudiendo desempeñar un conjunto de efectos de tipo cognitivo y/o afectivo sobre los lectores¹³⁸. Las imágenes que acompañan a los textos noticiosos ofrecen datos adicionales que nos ayudan a reforzar la información referida al tema sobre el que se ha dado cobertura en la noticia, además, puede conseguir que ese género periodístico resulte visualmente más agradable y, por tanto, comprensible para el público¹³⁹.

3.9.1. Fotografía periodística

A lo largo de la historia, el papel que ha jugado la fotografía en el ámbito informativo-periodístico ha sido de un auténtico documento social, reflejo de épocas, situaciones, personajes y ambientes¹⁴⁰. Es muy habitual que las informaciones sobre asuntos sociales van acompañadas de fotografías, porque sirve de herramienta para facilitar la comprensión del texto a los lectores debido a que las noticias que combinan la

¹³⁷ Op. cit. YANES, R., 2004, p. 81.

¹³⁸ COLEMAN, R. (2002): *The Effects of Visuals on Ethical Reasoning: What's a Photograph Worth to Journalists Making Moral Decisions?*, Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Miami (EEUU), 4 al 11 de agosto de 2002.

¹³⁹ GIBSON, R., ZILLMAN, D. y SARGENT, S. (1998): *Effects of Photographs in News Reports on Issue Perception*, Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Baltimore (EEUU), 5 al 8 de agosto de 1998.

¹⁴⁰ TORREGROSA, J.F. (2010): Modelos para el análisis documental de la fotografía. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, p. 330.

información textual y visual son más accesibles para el público, llaman más su atención, y hacen que se recuerde mejor aquello que ha sido informado¹⁴¹.

El valor documental de la imagen fotoperiodística es una dimensión testimonial de los acontecimientos que hoy en día está aceptada, pero que no siempre lo ha estado. “Con frecuencia, la imagen en general, y la fotográfica en particular, se ha asociado sin dudar a una idea de transparencia, de espejo, de ventana de la realidad y de lo real. Hoy se trata de una concepción superada tanto en el ámbito puramente académico como en el de la praxis de la fotografía profesional y especialmente en el controvertido campo del fotoperiodismo y su relación, siempre y por esencia conflictiva, con la verdad”¹⁴².

En este sentido, Muñiz y otros advierten que “las fotografías pueden también ser utilizadas de manera tendenciosa como, por ejemplo, cuando se busca un efecto diferente al de suministrar información de una manera objetiva”¹⁴³. A pesar de ello, habitualmente se emplean para trasladar a los lectores las ideas que difícilmente pueden ser plateadas por escrito, pudiendo dañar de manera simbólica a algunos grupos sociales a través de su asociación con aspectos negativos¹⁴⁴.

Otro uso que se le da a la fotografía es como referencia de veracidad en un texto periodístico, ya que muchos lectores no cuestionan la información recibida cuando ésta viene presentada mediante imágenes al aceptar que las fotografías son fieles representaciones de la realidad¹⁴⁵.

No obstante, “queda fuera de toda duda que la percepción visual es una forma de conocimiento y que cada vez va cobrando mayor importancia la imagen; en algunos casos, en detrimento de la palabra en el ámbito de la comunicación profesional”¹⁴⁶. Para

¹⁴¹ Op. cit. GIBSON, R., ZILLMAN, D. y SARGENT, S., 1998, 3-29.

¹⁴² Op. cit. TORREGROSA, J.F., 2010, p. 330.

¹⁴³ MUÑIZ, C.; IGARTUA, J. J.; OTERO, J. A. (2006): Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido. *Revista Comunicación y Sociedad*, 1, p. 109.

¹⁴⁴ Op. cit. COLEMAN, R., 2002.

¹⁴⁵ MESSARIS, P., y ABRAHAM, L. (2001): *The Role of Images in Framing News Stories*, en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.): *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 215-226.

¹⁴⁶ Op. cit. TORREGROSA, J.F., 2010, 331-332.

Gilliam e Iyengar¹⁴⁷ las fotografías pueden llegar a ser más efectivas que los propios textos periodísticos, ya que producen un efecto de tipo cognitivo o afectivo, alterando la percepción del público de la información narrada¹⁴⁸.

Los efectos cognitivos de las imágenes fotográficas perduran a lo largo del tiempo, facilitando el recuerdo y la recuperación de la información para aplicarla posteriormente¹⁴⁹. Por lo tanto, es más fácil pensar en imágenes que en textos al tratar de recordar la información que ha sido transmitida por los medios de comunicación¹⁵⁰.

En todo caso, Torregrosa afirma que “siempre hay imágenes relevantes que es necesario conocer tanto como otros textos lingüísticos para contar con una formación cultural aceptable, sin que la competencia fotográfica y audiovisual tenga por qué estar reñida con el conocimiento de textos y formatos literarios clásicos o novedosos”¹⁵¹. Este autor¹⁵² apunta que la especificidad del documento fotográfico viene determinada, entre otros aspectos, por los códigos icónicos y las características de la fotografía.

3.9.1.1. Códigos icónicos

Los códigos icónicos que definen una fotografía son, según la propuesta de Alonso¹⁵³:

1. Código espacial: delimitado por los diferentes tipos de planos, marca si algo queda fuera o dentro de campo.
2. Código gestual: los gestos y las formas de expresión de personajes que aparecen; la proximidad o lejanía entre ellos.

¹⁴⁷ GILLIAM, F., D. e IYENGAR, S. (2003): *Super-Predators or Victims of Societal Neglect? Framing Effects in Juvenile Crime Coverage*. Disponible en:

<http://pcl.stanford.edu/common/docs/research/gilliam/2003>

¹⁴⁸ COLEMAN, R., op. cit.; FISHMAN, J. M. y MARVIN, C. M. (2003): Portrayals of Violence and Group Difference in Newspaper Photographs: Nationalism and Media, *Journal of Communication*, 1 (53), 32-44.

¹⁴⁹ GIBSON, R., ZILLMAN, D. y SARGENT, S. (1998): *Effects of Photographs in News Reports on Issue Perception*. Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Baltimore (EEUU), 5 al 8 de agosto de 1998.

¹⁵⁰ COLEMAN, R., op. cit.; FISHMAN, J. M. y MARVIN, C. M., 2003, 32-44.

¹⁵¹ Op. cit. TORREGROSA, J. F., 2010, p. 331.

¹⁵² Id.

¹⁵³ ALONSO E., M. (1995): *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Síntesis, Madrid.

3. Código escenográfico: ambiente, tipo de escena, decorados que aparecen. Esto es algo especialmente cuidado en el cine y en el teatro.
4. Código lumínico: referido al uso de la luz y de los colores (artificial, natural...). La psicología del color cambia en función de las diversas culturas. En función de la ideología, las experiencias, el carácter y otras cualidades, cada color presenta una simbología y se le asocian unas características y valores.
5. Código simbólico: las connotaciones particulares de una determinada imagen, valores culturales o religiosos que se le atribuyen, importancia de algo en un contexto, etcétera. En ocasiones remite a realidades diferentes a la que recoge la imagen, por contraste o asociación de ideas y en otras muchas ocasiones refuerza dichas realidades, ya sea algo intencionado o fortuito.
6. Código fotográfico: está relacionado con la técnica y la tecnología: el tipo de óptica empleada, el formato, los filtros y el positivado, el uso de la luz.
7. Código de relación y de composición: la visión general de los distintos elementos permite comprobar que se incida en unos determinados efectos y sentidos que se alcanzan por la conjunción de todos los demás códigos.

3.9.1.2. Características de la fotografía

En cuanto a las características del documento fotográfico, Gubern¹⁵⁴ apunta las siguientes:

1. Bidimensionalidad, a diferencia de la realidad, en tres dimensiones. Puede hacer que la perspectiva cambie o engañe.
2. El encuadre: la delimitación de la realidad, la parte que se muestra o se elige frente a la que no se incluye por diferentes causas.
3. Carácter estático: no es posible captar el movimiento.

¹⁵⁴ GUBERN, R. (1988): *Mensajes icónicos en la cultura de masas*, Lumen, Barcelona.

4. Estructura discontinua o granular: formada por puntos (en el caso del periodismo impreso y píxeles en el digital). Cuanto más pequeño es el grano, más se parece la imagen a la realidad (más nítida) y es menos abstracto el documento.
5. Alteración del cromatismo: difícilmente la representación de los colores podrá llegar a ser totalmente exacta (especialmente en blanco y negro), a pesar de los avances alcanzados en la actualidad.
6. Abolición de los estímulos sensoriales no ópticos: en la fotografía tradicional como tal no participa otro sentido distinto a la vista.
7. La necesidad de usar la luz: artificial, natural o ambas, porque sin ella no hay imagen.

3.9.1.3. Relación entre imagen y poder

Entre los temas de reflexión actual se encuentra la siempre delicada relación entre imagen (medios) y poder (política, ideología, valores...), algunas críticas a un posible etnocentrismo visual occidental y, en primer plano, la resurgida dialéctica entre realidad y ficción, como una de las grandes y eternas razones de ser de los medios de comunicación en una época de grandes tragedias y ataques terroristas masivos y globales como los del 11-S y el 11-M que llevan a muchos teóricos a plantear incluso una crisis de lo real correspondiente al auge de la simulación y la ocultación o difuminación de la verdad y sus atisbos¹⁵⁵.

La vinculación que existe entre fotografía y política y sociedad es otro aspecto a analizar debido al uso tendencioso que se puede dar a la fotografía para desvirtuar la realidad, algo que, como ya hemos indicado, defiende, entre otros autores, Muñiz. El papel que juega la fotografía en la representación visual de las actividades políticas y relacionadas con la actualidad, hace de este modelo de información gráfica “un verdadero documento social (...) y supone una fuente histórica básica para la comprensión de los avatares del hombre durante los últimos siglos”¹⁵⁶.

3.9.2 Viñeta o humor gráfico

¹⁵⁵ Op. cit. TORREGROSA, J. F., 2010, p. 333.

¹⁵⁶ Id., p. 340.

Las viñetas de prensa tienen ya más de cien años de historia, pero estamos aún lejos de un acuerdo sobre distintos aspectos importantes relacionados con las mismas. , y tal vez el primer punto de debate está en la forma en que hemos de denominarlas. En este sentido, los términos utilizados en España cuando se trata del tema son “viñeta”, “chiste”, “humor”, “tira” y “humor gráfico”, fundamentalmente¹⁵⁷.

Aunque como veremos a continuación, cada autor lo denomina de una manera, Tejeiro y León¹⁵⁸ prefieren acuñar el término “viñeta”, porque entienden que algunas de las denominaciones anteriormente citadas “otorgan un papel excesivamente prominente al humor, que aunque es una poderosa herramienta al servicio del viñetista, no constituye un elemento fundamental de muchas de las publicadas en la prensa”.

De este modo, definen la viñeta como “la imagen (o serie breve de imágenes) que se publica en un medio de comunicación, optativamente acompañada de texto, en la que se representa una situación sobre la que el autor desea transmitir un mensaje con finalidad opinativa y/o de entretenimiento, y en la que el dibujo es un componente o una referencia fundamental. Además, esa imagen debe tener significado por sí misma, sin que en su interpretación sea necesario el conocimiento previo de los personajes o del argumento de otras viñetas anteriores”¹⁵⁹.

A diferencia de las fotografías -que acompañan a las informaciones indicando aquello que ocurre y apoyándose en el pie de foto-, el chiste gráfico se muestra una acción imaginaria que nadie supone que realmente ha ocurrido. Otra diferencia con respecto a la realidad y que ayuda a recordar que no se trata de una noticia cierta es que el dibujo no es muy realista, por su simplicidad y su infantilismo. Se trata, por lo tanto, de un dibujo de humor. En el caso de que se incluyan a personajes reales que podamos reconocer tras la intencionada exageración de sus rasgos característicos, se trata de una caricatura¹⁶⁰.

¹⁵⁷ TEJEIRO, R. y LEÓN, T. (2009): Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión, *Diálogos de la comunicación, Revista Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, 78, p. 2.

¹⁵⁸ Id.

¹⁵⁹ Id.

¹⁶⁰ Op. cit. GOMIS LL., 2008, p. 197.

Los chistes gráficos o dibujos de humor que suelen publicar los diarios y las revistas en las páginas de opinión son noticias, por referirse a la actualidad¹⁶¹. A pesar de la calidad¹⁶² del humor gráfico español, Gomis¹⁶³ considera que “la normalidad política afortunadamente conseguida ha afectado negativamente, tal como era de esperar, a las profundas fuentes de placer que alimentan el humor gráfico”.

3.9.2.1. Consideración de las viñetas como género periodístico

En el ámbito académico y profesional hay quienes defienden la consideración de las viñetas de prensa como géneros periodísticos¹⁶⁴, entendidos como “las diversas modalidades de creación lingüística que se caracterizan por acomodar su estructura a la difusión de noticias y opiniones a través de los medios de comunicación social”¹⁶⁵. Pero esta defensa se enfrenta a la falta de consenso en la clasificación de los propios géneros periodístico, un hecho al que ya nos hemos referido anteriormente.

Las viñetas han sido consideradas como un género iconográfico¹⁶⁶, como un género literario¹⁶⁷, como un género periodístico al nivel de la noticia, el artículo, la crónica, el editorial y la entrevista¹⁶⁸, como un género periodístico secundario¹⁶⁹ y como un género periodístico de opinión o comentario¹⁷⁰.

¹⁶¹ Id.

¹⁶² TUBAU, I. (1973a): *De Tono a Perich. El chiste gráfico en la prensa española de la posguerra, 1939-1969*. Ed. Fundación Juan March/Guadarrama.

Este autor realizó un estudio sobre el chiste gráfico en la prensa española de la posguerra (1939-1969) y observó que el humor gráfico español había logrado adquirir unas características que lo posicionaban entre los más interesantes del mundo. Desde el evasiónismo “codornicesco” de Mihura, que era el único humor gráfico considerable en la primera parte de la posguerra, poco a poco el humor crítico se fue abriendo hasta conseguir, tras la ley de Prensa de 1966, una importancia cada vez mayor dentro del periódico, adquiriendo una dimensión política.

¹⁶³ Op. cit. GOMIS LL., 2008, p. 205.

¹⁶⁴ Op. cit. TEJEIRO, R. y LEÓN, T., 2009, p. 4.

¹⁶⁵ MUÑOZ, J.J. (1994): *Redacción periodística. Teoría y práctica*, Librería Cervantes, Salamanca, p. 121.

¹⁶⁶ ABREU, C. (2001): Periodismo iconográfico (VII). Hacia una definición de caricatura. *Revista Latina de Comunicación Social*, 40, 1138-5820.

¹⁶⁷ Op. cit. MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L., 1998.

¹⁶⁸ PEÑARANDA, R. (2000): *Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven?* Sala de Prensa, 26.

Entre quienes catalogan el humor gráfico como géneros de opinión, hay autores que equiparan las viñetas con el artículo editorial. Morán afirma que “el *cartoon* es, verdaderamente, una modalidad de artículo editorial; la representación dibujada, en vez de escrita, de la opinión del medio”¹⁷¹. Tamayo señala que “la caricatura editorial constituye una expresión gráfica y artística esencialmente periodística [...]. Su propósito es manifestar gráficamente la opinión de su periódico acerca de acontecimientos de la máxima actualidad”¹⁷².

Por su parte, Cebrián¹⁷³ defiende que sólo en determinadas ocasiones, la caricatura puede llegar en ocasiones a cumplir una función editorializante respecto del protagonista. Tejeiro y León¹⁷⁴ defienden que las viñetas reflejan la opinión del autor y no necesariamente del periódico, a pesar de que realmente se perciben entre los lectores en la práctica como un *para-editorial*, lo que conlleva a que los medios ejerzan mayor presión sobre los viñetistas que sobre los columnistas, para que ajusten su argumentación a la línea editorial del periódico.

También se puede estudiar la caricatura como una expresión firmada de la opinión personal sobre un tema de actualidad o un personaje de interés mediático¹⁷⁵. Muñoz se refiere a las variedades periodísticas como las tiras cómicas y viñetas dentro de los géneros mixtos de interpretación y opinión, asegurando que “las ilustraciones deben considerarse como una expresión de la opinión personal del autor de la viñeta, dibujo o caricatura”¹⁷⁶.

Por su parte, León y Travesedo coinciden con este enfoque: “La viñeta es, de hecho, un género de opinión, firmado, con el máximo grado de personalización periodística, como sólo alcanza otro género de autor, el columnismo, y en ambos la continuidad consolida

¹⁶⁹ KAYSER, J. (1966): *El Periódico. Estudios de morfología, de metodología y prensa comparada*, Ciespal, Quito.

¹⁷⁰ GOMIS, L. (1974): *El medio media: la función política de la prensa*, Seminarios y Ediciones, Madrid.

¹⁷¹ Op. cit. MORÁN, E., 1988, p. 153.

¹⁷² TAMAYO, E. (1988): *La caricatura editorial*, Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, p. 5.

¹⁷³ CEBRIÁN, M. (1992): *Géneros informativos audiovisuales*, Editorial Ciencia, Madrid, p. 394.

¹⁷⁴ Op. cit. TEJEIRO, R. y LEÓN, T., 2009, p. 7.

¹⁷⁵ Op. cit. SANTAMARÍA, L., 1990, p. 81.

¹⁷⁶ Op. cit. MUÑOZ, J.J., 1994, p. 163.

el reconocimiento de un estilo inequívoco [...]. No hay duda de que cada viñeta entraña una reflexión acerca del presente, bien por actualidad informativa o por tratarse de un asunto con vigencia y relevancia dirigido a un interlocutor masivo. Eso sitúa a la viñeta como solución característica del periodismo de opinión”¹⁷⁷.

Sobre el chiste gráfico, Gomis¹⁷⁸ lo define como “la obra de un humorista que se dirige a un público con una referencia común, que es la actualidad”. Para este autor, hay chistes que no se refieren a nada reciente y que son los que se publican habitualmente en las revistas o en los suplementos dominicales, aunque lo normal es que los chistes gráficos de los diarios sean de algún asunto de actualidad, para que el lector pueda encontrar en el este apartado del periódico no aquello que ya sabe, sino una serie de cualidades especiales de lo conocido Gomis¹⁷⁹.

Esbozado el papel que desempeña la viñeta o humor gráfico en el periódico, y su conexión con otros géneros estilísticos, no cabe duda de su potencial como ‘arma’ periodística, basándonos en los autores a los que nos hemos referido. Tejeiro y León¹⁸⁰ apuntan que “la viñeta es sobre todo poderosa por su popularidad, por su recepción fácil que cautiva a todo el público frente al elitismo de la columna, de ahí que sea utilizada con mayor intensidad, desde su misma ubicación, como una representación gráfica de la línea editorial para proyectar eficazmente ésta”.

3.10. Ubicación de los contenidos en la prensa

Al igual que con los géneros periodísticos o con la imagen gráfica de los diarios, existen otros factores en los que muestra la actitud de la prensa ante un tema de actualidad. Esto se manifiesta a través de la jerarquización, selección y el trato que se le da al texto o a la

¹⁷⁷ LEÓN, T. y TRAVESEDO, C. (2005): *El discurso eficaz de la viñeta gráfica*. En T. León (Dir.), 11M. Las viñetas en la prensa, Diputación de Málaga, 59-61.

¹⁷⁸ Op. cit. GOMIS LL., 2008, p. 199.

¹⁷⁹ Id.

¹⁸⁰ Op. cit. TEJEIRO, R. y LEÓN, T., 2009, p. 4.

imagen: en una u otra página (par o impar), con uno u otro espacio, con la creación de un cuadernillo monográfico, etc.¹⁸¹

Según Gómez, aspectos formales como la inclusión de un texto periodístico en una página par o impar “tienen un efecto y una consideración distinta, de la misma forma que presentar o no una fotografía o un despliegue gráfico importante hablan de la relevancia del tema periodística y socialmente hablando”¹⁸².

En este capítulo, nosotros no queremos entrar en el debate de la existencia o no de la objetividad periodística, pero sí exponer todos los ingredientes (como los géneros, la fotografía o la ubicación de los textos dentro del periódico) que conforman un diario, para más adelante esbozar los efectos que pueden tener la presencia de estos parámetros o partes de los periódicos en el receptor.

Centrándonos en el tipo de página de los periódicos, Gómez asegura que una cualidad importante que tienen en cuenta los publicistas y publicitarios es si se trata de un tipo de página par o impar, porque las impares tienen más peso para la audiencia. “Está demostrado que las páginas impares tienen un mayor número de lectores, con un tiempo de lectura más largo, y éstas son las razones por las que la publicidad es más cara en páginas impares que en pares”¹⁸³.

Por lo tanto, si para el ámbito publicitario del periodismo impreso tiene más peso las páginas impares al atraer más al lector, también resulta más importante esta ubicación a la hora de valorar la inserción de un texto periodístico en esa ubicación. “La descripción detallada de los contenidos mediáticos ofrece una visión muy afinada de la importancia que cada medio confiere al tema. Por ello, se describen aspectos formales como el número de página en el que aparece (par o impar), nombre de la sección, parte superior o inferior de la página, el número de columnas que ocupa el texto, si está acompañado de una fotografía o cualquier otro tipo de ilustración gráfica”¹⁸⁴.

¹⁸¹ GÓMEZ, M., (2012): La mujer en la prensa aragonesa. Análisis de los periódicos de referencia.

Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación, 10, p. 187.

¹⁸² Id., pág. 188.

¹⁸³ Id., pág. 198.

¹⁸⁴ Id., pág. 188.

Otro aspecto a tener en cuenta es la portada. La presentación de un artículo en páginas pares o impares o si el tema aparece en primera página ofrece una descripción del despliegue periodístico que generalmente está estrechamente vinculado a la importancia que se le da al tema informado¹⁸⁵.

¹⁸⁵ Id., p. 197.

CAPÍTULO 4

Aborto, divorcio y matrimonio homosexual en España

Introducción

Este capítulo desgrana las principales características de las leyes que son objeto de análisis de la tesis. Su análisis resulta especialmente relevante en relación a la segunda hipótesis planteada en el capítulo de introducción, es decir, el paso del monismo al pluralismo filosófico en la sociedad española.

Cabe destacar que las legislaciones que analizamos se presentan de la manera más objetiva posible, es decir, incluyendo únicamente los datos mínimos necesarios para la comprensión de la tesis doctoral, evitando entrar en ningún tipo de definición subjetiva o interpretación de los textos. Para ello se han empleado como fuentes principalmente organismos oficiales (Boletín Oficial del Estado, Boletín Oficial de las Cortes Generales o notas de prensa institucionales), aunque también se han incluido otras que aportan información clave para definir las principales características de cada ley.

A pesar de la objetividad que se ha buscado para describir cada una de estas iniciativas parlamentarias, para poder contextualizarlas adecuadamente es necesario incluir algunos datos políticos e históricos que se han considerado oportunos destacar por su interés informativo y político, como lo puede ser la dimisión de un ministro como consecuencia de alguna de estas leyes o el relevo de la máxima autoridad de la Iglesia Católica durante el proceso de tramitación parlamentaria de otras de estas iniciativas.

No obstante, hay que aclarar que se ha seleccionado escrupulosamente el contenido de las leyes que se incluye para evitar caer en cualquier tipo de contenido subjetivo que impida realizar un trabajo analítico y aséptico.

Todas las iniciativas parlamentarias que se describen en este capítulo se han presentado en el Congreso de los Diputados por los diversos gobiernos de España y durante el actual periodo democrático. Es decir, que se descarta el análisis en este estudio tanto de las legislaciones sobre los mismos asuntos que se han aprobado en otros periodos

históricos como de las que se han promovido en la etapa democrática actual por parte de partidos que no ocupaban en dicho momento cargos de gobierno.

De este modo, se han incluido dos iniciativas parlamentarias sobre el divorcio, la ley del matrimonio homosexual y las cuatro legislaciones presentadas sobre el aborto, una de las cuales no llegó a ser proyecto de ley.

Cabe destacar que el número de referencias literarias que hemos encontrado sobre estas leyes es menor cuanto más recientes son dichas iniciativas parlamentarias, lo que ha dificultado la inserción en este análisis de aportaciones de autores sobre legislaciones como, por ejemplo, la ley del divorcio impulsada por el Partido Popular. No obstante, todas las medidas que se analizan están debidamente descritas gracias a las fuentes oficiales de organismos públicos que se han incluido.

4.1. La legalización del divorcio (1981)

Hasta el fin del régimen franquista, no se planteó en España la aprobación de una ley civil que regulara la ruptura conyugal. Pero cuando llegó el momento de concurrir a las elecciones democráticas de junio de 1977, el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y el Partido Comunista de España (PCE) incluyeron en sus respectivos programas la aprobación de una ley sobre el divorcio para aprobar la disolución de la unión conyugal¹.

La Constitución española, en su Artículo 32, afirma² que “la ley regulará las formas de matrimonio, la edad y capacidad para contraerlo, los derechos y deberes de los cónyuges, las causas de separación y disolución y sus efectos”.

Ya en las segundas Elecciones Generales, celebradas en marzo de 1979, la Unión de Centro Democrático (UCD) de Adolfo Suárez incluyó su oferta sobre el divorcio³. “Tras

¹ MARTÍN, P. (2001): La ley del divorcio de junio de 1981 en perspectiva histórica, *Revista Espacio, Tiempo y Forma*, 14, 519-520.

² Según recoge la página web del Congreso de los Diputados. Disponible en <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=32&tipo=2>

³ Dice lo siguiente: “El ordenamiento civil salvaguardará la estabilidad del matrimonio y la familia. El matrimonio canónico tendrá plenos efectos civiles tal como lo reconoce y regula el derecho común del Estado. El principio de la libertad religiosa y el pluralismo democrático proclamados por el Concilio

la victoria, Adolfo Suárez nombró un nuevo Gobierno, recayendo la cartera de Justicia, encargada a la sazón del proyecto del divorcio, en el democristiano Iñigo Cavero”⁴.

Una vez que se puso en marcha la legislatura, se incluyó el proyecto en la reforma del título octavo del Código Civil y se remitió al Consejo de Ministros en enero de 1980. El proyecto era finalmente aprobado por el Ejecutivo el 18 de febrero. Cabe destacar el Artículo 87 porque decía que, de manera excepcional, el juez podía denegar el divorcio cuando se probara que ocasionaba a los hijos o al otro cónyuge perjuicios de especial gravedad, a los que debería referirse la sentencia. De esta manera podía romperse la opción del mutuo acuerdo entre los cónyuges para obtener el divorcio, introduciéndose una tercera parte de carácter decisorio⁵.

En lo que se refería a la separación, se observaban las siguientes causas para la misma⁶:

1. El abandono justificado del hogar, las relaciones sexuales extraconyugales, la conducta injuriosa o cualquier otra violación grave de los deberes conyugales, dejándose claro que no se podían utilizar las relaciones sexuales extraconyugales si existía previa separación de hecho libremente consentido por ambos o impuesta por el demandante.
2. Cualquier violación grave de los deberes respecto de los hijos comunes.
3. La condena a pena de privación de libertad por tiempo superior a seis años.

Vaticano II y por la nueva Constitución española implican que no siempre es posible ser elevado a categoría de norma legal lo que constituye una exigencia ético-religiosa cuya plenitud de efectos debe promoverse y lograrse en el ámbito de esa libertad religiosa garantizada por el Estado. La ley civil que tutela esa conciencia religiosa no puede, sin embargo, imponer hasta el límite las consecuencias de ese ideal religioso sin discriminar a los ciudadanos. Los tribunales del Estado tendrán la competencia exclusiva en lo que se refiere a la separación de los cónyuges, a la disolución del vínculo civil y a la posibilidad de reconocer la sentencia de nulidad sacramental siempre que se ajuste al derecho del Estado. No se admitirá el divorcio por mero acuerdo de los cónyuges. Las causas de separación y disolución a efectos civiles han de ser tasadas y graves para los supuestos en que los matrimonios estén definitivamente rotos y en todo caso se protegerán especialmente los intereses de los hijos”.

⁴ Op. cit. MARTÍN, P., 2001, p. 526.

⁵ Id. pág. 531-532.

⁶ Boletín Oficial de las Cortes Generales (BOCG), Congreso de los Diputados, I Legislatura, serie A, Proyecto de ley, 13 de marzo de 1980, núm. 123 I, 855-867.

4. El alcoholismo, la toxicomanía o las perturbaciones mentales, siempre que el interés de la familia exigiera la suspensión de la convivencia y no pudiera esperarse razonablemente su restablecimiento.
5. Por último, en lo que concernía a las causas de divorcio, llamaba la atención la longitud de los plazos: en algunos casos, se llegaba a exigir el cese efectivo de la convivencia conyugal durante, al menos, cuatro años ininterrumpidos.

Siendo ya Francisco Fernández Ordóñez ministro de Justicia en sustitución de Íñigo Cavero, se rehízo totalmente el proyecto del divorcio. Las principales novedades que incluía el proyecto modificado⁷:

- Se pasaba de dos años a uno el plazo desde la interposición de la demanda de separación para el cese efectivo de la convivencia conyugal (como causa del divorcio). También se producía una reducción del plazo de la separación de hecho, reduciéndose de cuatro años a dos; así mismo, el cese efectivo de la convivencia durante dos años daba derecho al divorcio, a petición de uno sólo de los cónyuges, aunque cumpliéndose alguna condición (el que la separación hubiera sido consentida por ambos, el que hubiera resolución judicial firme o declaración de ausencia legal de un cónyuge, o el que se hubiera acreditado que el otro estaba incurso en causa de separación).
- En segundo lugar, la separación se concedía a petición de uno por causa legal en el otro. De no haber la citada causa legal, tendría que ser por simple petición de ambos, o de uno consintiendo el otro, una vez transcurrido el primer año de matrimonio. Sobre esto había una gran diferencia con el proyecto Cavero, que había establecido en su Artículo 81 como *conditio sine qua non* el que “existiera quiebra profunda y difícilmente superable de la convivencia conyugal⁸.
- También se convertía en causa legal para exigir la separación el cese efectivo de la convivencia durante seis meses, libremente consentido. Se entendía ‘libremente consentido’ sólo cuando el cónyuge que podía pedir separación por

⁷ Boletín Oficial de las Cortes Generales (BOCG), Congreso de los Diputados, I Legislatura, serie A, Modificación Proyecto de Ley, 30 de diciembre de 1980, pág. 868/23-868/38.

⁸ Op. cit. MARTÍN, P., 2001, p. 537.

causas legales en el otro no lo hubiera pedido o, al menos, las medidas provisional previstas en el Código. Con lo que, por mera omisión de medidas por parte del inocente durante unos meses, el culpable podía decidir de manera unilateral la separación y, por consiguiente, el divorcio⁹.

Por lo tanto, las principales novedades que recogía este proyecto (según los puntos anteriormente analizados) eran la reducción de los plazos, la ampliación del campo de las decisiones por mutuo consentimiento sin comprobación de las causas, la introducción de una forma equivalente al divorcio por decisión unilateral y la restricción de la facultad decisoria del juez.

A los pocos días del golpe de Estado fallido del 23 de febrero de 1981, Fernández Ordóñez era confirmado en su puesto en el primer gobierno Calvo-Sotelo, y al día siguiente ya presentó al Congreso su proyecto de ley. La inestabilidad de la UCD volvió a ponerse de manifiesto el 25 de mayo en el Senado al ser reincorporada la cláusula de dureza¹⁰. “Esto llevó al ministro de Justicia a maniobrar con habilidad, consiguiendo que el Congreso, a través de una votación secreta, eliminara de manera definitiva esta cláusula. Para ello contó con el voto a favor de la supresión del Artículo 87 de 162 diputados, mientras 128 lo hacían en contra y siete votaban en blanco. Como consecuencia de la citada votación, el Artículo 86 bis que había sido aprobado previamente, pasó a ser el Artículo 87 en el Código Civil”¹¹.

De este modo, el 22 de junio el proyecto de legalización del divorcio alcanzaba rango de ley gracias a los votos de los socialdemócratas de la UCD, PSOE, PCE, Minoría Catalana, Esquerra Republicana de Catalunya y PNV, votando en contra el resto de los diputados de la UCD y los de Alianza Popular¹².

⁹ Id.

¹⁰ Excepcionalmente el juez podría denegar el divorcio cuando se aprobara que ocasionaba a los hijos o al otro cónyuge perjuicios de especial gravedad (Diario de Sesiones del Congreso, 2 de abril de 1981, I Legislatura, 9702-9710).

¹¹ Op. cit. Op. MARTÍN, P., 2001, p. 546.

¹² Id.

4.2. La segunda legislación sobre el divorcio (2005)

El PSOE incluyó en su programa electoral a las Elecciones Generales de 2004 abordar una nueva legislación sobre el divorcio en España. “Agilizaremos los procesos de separación y divorcio, suprimiendo el divorcio causal y permitiendo el acceso directo al divorcio sin necesidad de previa separación, garantizando en todo momento los derechos fundamentales, especialmente el derecho a vivir sin violencia en el ámbito familiar¹³.

La Ley 15/2005, de 8 de julio, por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en materia de separación y divorcio nace ante “el evidente cambio en el modo de concebir las relaciones de pareja en nuestra sociedad ha privado paulatinamente a estas normas de sus condicionantes originales. Esta ley persigue ampliar el ámbito de libertad de los cónyuges en lo relativo al ejercicio de la facultad de solicitar la disolución de la relación matrimonial”¹⁴.

Con esta normativa, quisieron evitar la situación que hubo hasta el momento de su aprobación y que en muchos casos conllevó un doble procedimiento. Por ello, admitieron la disolución del matrimonio por divorcio sin necesidad de la previa separación de hecho o judicial, con un importante ahorro de coste a las partes, tanto económico como, sobre todo, personales. No obstante, y de conformidad con el Artículo 32 de la Constitución, se mantuvo la separación judicial como figura autónoma, para aquellos casos en los que los cónyuges, por las razones que les asistan, decidieran no optar por la disolución de su matrimonio¹⁵.

Además, se terminó suprimiendo las causas de separación y divorcio, permitiendo tanto una separación como un divorcio de forma unilateral y sin causa. El único requisito de carácter objetivo que se exige desde entonces para solicitar la separación o el divorcio es que hayan transcurrido tres meses desde la celebración del matrimonio. De esta

¹³ PSOE (2004): *Programa electoral del PSOE a las Elecciones Generales*, p. 33.

¹⁴ Boletín Oficial del Estado (BOE), 153, 9 julio 2005, p. 24458.

¹⁵ Id.

forma, se pasó de un sistema causalista a un sistema de separación y divorcio sin causa¹⁶.

Asimismo, Montero y otros apuntan que con la aprobación de esta ley, el matrimonio se inicia sobre la base del consentimiento de dos personas, subsiste siempre que se mantenga constante ese consentimiento y puede concluir con la manifestación realizada por uno o por los dos cónyuges de que ya no mantienen ese consentimiento (divorcio), o de que lo mantienen pero sujeto a la separación¹⁷.

Esta nueva ley también incluyó como novedad la mediación familiar. El objetivo era “tratar de alcanzar una solución consensuada en los temas objeto de litigio. La intervención judicial debe reservarse para cuando haya sido imposible el pacto, o el contenido de las propuestas sea lesivo para los intereses de los hijos menores o incapacitados, o uno de los cónyuges, y las partes no hayan atendido a sus requerimientos de modificación”¹⁸.

Se pretende reforzar con esta ley la libertad de decisión de los padres respecto del ejercicio de la patria potestad. En este sentido, se prevé expresamente que puedan acordar en el convenio regulador que el ejercicio se atribuya exclusivamente a uno de ellos, o bien a ambos de forma compartida. También el juez, en los procesos incoados a instancia de uno solo de los cónyuges, y en atención a lo solicitado por las partes, puede adoptar una decisión con ese contenido. Con el fin de reducir las consecuencias derivadas de una separación y divorcio para todos los miembros de la familia, mantener la comunicación y el diálogo, y en especial garantizar la protección del interés superior del menor, se establece la mediación como un recurso voluntario alternativo de solución de los litigios familiares por vía de mutuo acuerdo con la intervención de un mediador, imparcial y neutral”¹⁹.

Con esta nueva ley del divorcio, “los padres deberán decidir si la guarda y custodia se ejercerá sólo por uno de ellos o bien por ambos de forma compartida. En todo caso,

¹⁶ DOMÍNGUEZ, A.: “La supresión de las causas de separación y divorcio en la ley 15/2005 y sus repercusiones en el Derecho Civil”, Revista Jurídica de Castilla y León, núm. 13, 2007, 57-58.

¹⁷ MONTERO, J.; FLORS, J. y ARENAS, R., (2006): *Separación y divorcio tras la Ley 15/2005*, Tirant lo Blanch, Valencia, p. 68.

¹⁸ Boletín Oficial del Estado (BOE), 153, 9 julio 2005, pág. 24459.

¹⁹ Id.

determinarán, en beneficio del menor, cómo éste se relacionará del mejor modo con el progenitor que no conviva con él, y procurarán la realización del principio de corresponsabilidad en el ejercicio de la potestad”²⁰.

4.3. La ley del matrimonio homosexual (2005)

El PSOE incluyó en su programa electoral de 2004 la aprobación de los matrimonios homosexuales, criticando al Partido Popular por no haber desarrollado esta medida en la legislatura que finalizaba ese año. “La política conservadora de la derecha ha golpeado la concepción moderna e igualitaria de los jóvenes españoles en muy diversos planos: desde el reconocimiento de las parejas de hecho al matrimonio entre homosexuales, desde el elitismo social en la educación al fortalecimiento de las universidades privadas, desde la apuesta belicista y pro-americana a su insensibilidad ecológica”²¹.

Por ello, los socialistas prometían en este documento una modificación del Código Civil a fin de posibilitar el matrimonio entre personas del mismo sexo y el ejercicio de cuantos derechos conlleva, en igualdad de condiciones con otras formas de matrimonio, “para asegurar la plena equiparación legal y social de lesbianas y gays”²².

Una vez que el PSOE ganó las elecciones y Zapatero formó Gobierno, el Congreso de los Diputados aprobó el 21 de abril de 2005, con 183 votos a favor, 136 en contra, y 3 abstenciones, la reforma del Código Civil que permite el matrimonio entre personas del mismo sexo. Esta reforma fue enviada al Senado, tal y como es preceptivo, donde se vetó el proyecto por una propuesta que presentaron el Partido Popular, y Unió Democràtica de Catalunya y que fue aprobada, lo que supuso la vuelta de la reforma al Congreso. Aprobándose finalmente el 30 de junio de 2005²³.

El Gobierno justificó la ley apelando al cambio y a la pluralidad social de los españoles en aquella época. Según recoge el BOE²⁴, “no cabe duda de que la realidad social española de nuestro tiempo deviene mucho más rica, plural y dinámica que la sociedad

²⁰ Id.

²¹ Op. cit. PSOE, 2004, pág.

²² Id.

²³ MONTESINOS, N. (2006): Matrimonio y Homosexualidad. *Revista Feminismo/s*, p. 159.

²⁴ Boletín Oficial del Estado (BOE), 157, de 2 de julio de 2005 p. 23632.

en que surge el Código Civil de 1889. La convivencia como pareja entre personas del mismo sexo basada en la afectividad ha sido objeto de reconocimiento y aceptación social creciente, y ha superado arraigados prejuicios y estigmatizaciones. Se admite hoy sin dificultad que esta convivencia en pareja es un medio a través del cual se desarrolla la personalidad de un amplio número de personas, convivencia mediante la cual se prestan entre sí apoyo emocional y económico, sin más trascendencia que la que tiene lugar en una estricta relación privada, dada su, hasta ahora, falta de reconocimiento formal por el Derecho”.

La Constitución española reconoce que “el hombre y la mujer tienen derecho a contraer matrimonio con plena igualdad jurídica”, pero no especifica si *entre sí* o *entre ellos*. Por lo tanto, si nos fijamos en lo que señala la Carta Magna al respecto, podría entenderse que dicha expresión no va referida exclusivamente a la mencionada hipótesis (matrimonio entre personas de distinto sexo), sino que también puede entenderse referida a las diversas hipótesis en que el matrimonio sea posible (matrimonio entre hombre y mujer, pero también matrimonios entre dos hombres o entre dos mujeres), lo cual reforzaría la conclusión contraria²⁵.

El BOE también se refiere a la ambigüedad de la Constitución. Según señala²⁶, “la Constitución es imprecisa sobre la posibilidad de que se aprobara en España el matrimonio entre personas del mismo sexo y encomienda al legislador la configuración normativa del matrimonio, sin excluir en forma alguna una regulación que delimite las relaciones de pareja de una forma diferente a la que haya existido hasta el momento, una regulación que dé cabida a las nuevas formas de relación afectiva”.

Esta ley contempla que “el matrimonio sea celebrado entre personas del mismo o distinto sexo, con plenitud e igualdad de derechos y obligaciones cualquiera que sea su composición”²⁷. En consecuencia, “los efectos del matrimonio, que se mantienen en su integridad respetando la configuración objetiva de la institución, serán únicos en todos los ámbitos con independencia del sexo de los contrayentes; entre otros, tanto los

²⁵ LINACERO, M. (2005): Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio, *Foro, Revista Nueva época*, 2, p. 424.

²⁶ Boletín Oficial del Estado (BOE), núm. 157, 2 de julio de 2005, 23633-23634.

²⁷ Id., p. 23633.

referidos a derechos y prestaciones sociales como la posibilidad de ser parte en procedimientos de adopción”²⁸.

4.3.1. La coincidencia temporal de las leyes del divorcio *exprés* y el matrimonio homosexual

La tramitación de las leyes del divorcio *exprés* y el matrimonio homosexual se produjeron simultáneamente, como se puede comprobar en la tabla número 1 de la introducción. Por lo tanto, se considera relevante aportar este dato por su utilidad a la hora de determinar las conclusiones sobre ambas legislaciones.

A juicio de Linacero²⁹, la ley de matrimonio homosexual y el divorcio *exprés* “son la prueba más evidente de una redefinición del Derecho de Familia, que en algunos aspectos esenciales se asienta sobre bases que implican una quiebra o ruptura con el sistema anterior y el comienzo de una regulación en este ámbito que incluye la facultad de ejercitar el derecho a no estar casado sin previa concurrencia de causa alguna, el principio de corresponsabilidad en el ejercicio de la patria potestad, la previsión expresa de la custodia compartida o el recurso a la mediación familiar”.

Por otro lado, también se considera relevante destacar que cuando se debatieron estas leyes en el Congreso, se produjo la muerte del Papa Juan Pablo II y la coronación de Benedicto XVI como nueva cabeza de la Iglesia Católica³⁰.

4.4. La primera legislación sobre el aborto (1983)

El PSOE se comprometió en 1982 a legislar una modificación del Código Penal “para la regulación de la interrupción del embarazo en situaciones como peligro para la vida de la mujer, peligro de nacimiento con graves patologías físicas o psíquicas y violaciones, asegurando el respeto a la libre conciencia de cada ciudadano”³¹.

²⁸ Id.

²⁹ Op. cit. LINACERO, M., 2005., p. 412.

³⁰ *Cristianos*, en *El País*, 25 de abril del 2005, pág. 2; *El Papa baja a la calle*, en *ABC*, del 25 de abril de 2005, p. 1.

³¹ PSOE (2004): *Programa electoral del PSOE a las Elecciones Generales*, p. 35.

Una vez iniciada la legislatura, con los socialistas en el Gobierno de la Nación, el Consejo de Ministros aprobó el envío a las Cortes del Proyecto de Ley de Despenalización del Aborto, donde se proponía la modificación del Artículo 417 del Código Penal para incluir tres supuestos bajo los cuales las mujeres podrían tener acceso a un aborto legal³²:

- 1- Por grave peligro para la vida o la salud física o psíquica de la mujer.
- 2- Ante un embarazo fruto de una violación.
- 3- Si el feto presentaba graves malformaciones, que darían por resultado un ser con taras físicas o psíquicas.

Después de meses de discusiones en el Congreso de los Diputados, el 30 de noviembre de 1983, la ley fue aprobada en el Senado por 110 votos a favor, 45 en contra y tres abstenciones, sólo debía volver al Congreso de los Diputados para su ratificación. Sin embargo, el Grupo Popular recurrió al Tribunal Constitucional, argumentando el carácter inconstitucional de la nueva ley. Este organismo admitió el trámite y la ley quedó en suspenso hasta el 11 de abril de 1985, cuando el Tribunal emitió positivamente su Sentencia 53/1985. La nueva versión fue aprobada y la Ley Orgánica 9/1985, de 5 de julio, de reforma del Artículo 417 bis del Código Penal se publicó en el Boletín Oficial del Estado el 12 de julio de 1985³³.

De este modo, la ley de Felipe González entró finalmente en vigor, legalizando el aborto en los siguientes supuestos³⁴:

1. Que sea necesario para evitar un grave peligro para la vida o la salud física o psíquica de la embarazada y así conste en un dictamen emitido con anterioridad a la intervención por un médico de la especialidad correspondiente, distinto de aquél por quien o bajo cuya dirección se practique el aborto. En caso de urgencia por riesgo vital para la gestante, podrá prescindirse del dictamen y del consentimiento expreso.

³² MÁRQUEZ, A. (2010): España y sus leyes sobre interrupción voluntaria del embarazo: contexto y actores, *Revista Revisiones*, México, p. 5.

³³ Id., p. 7.

³⁴ Boletín Oficial del Estado (BOE), 166, de 12 de julio de 2005, p. 22041.

2. Que el embarazo sea consecuencia de un hecho constitutivo de delito de violación del Artículo 429, siempre que el aborto se practique dentro de las doce primeras semanas de gestación y que el mencionado hecho hubiese sido denunciado.
3. Que se presuma que el feto habrá de nacer con graves taras físicas o psíquicas, siempre que el aborto se practique dentro de las veintidós primeras semanas de gestación y que el dictamen, expresado con anterioridad a la práctica del aborto, sea emitido por dos especialistas de centro o establecimiento sanitario, público o privado, acreditado al efecto, y distintos de aquel por quien o bajo cuya dirección se practique el aborto.

Asimismo, en los casos previstos en los puntos anteriormente señalados, no será punible la conducta de la embarazada cuando la práctica del aborto no se realice en un centro o establecimiento público o privado acreditado o no se hayan emitido los dictámenes médicos exigidos.

4.5. La segunda legislación del aborto (2009)

Aunque los socialistas incluyeron en su programa electoral a las Elecciones Generales de 2004 una propuesta para adoptar un sistema de plazos del aborto³⁵, fue en 2008 cuando los delegados del 37 Congreso del PSOE aprobaron una enmienda para revisar la legislación sobre el aborto³⁶, en la que proponen una actualización de la ley de 1985 para, entre otras medidas, otorgar a las mujeres el derecho a decidir sobre su embarazo.

³⁵ Op. cit. PSOE, 2004, pág. 99.

³⁶ “El PSOE apuesta por la consolidación de la laicidad del Estado”, enmienda del PSOE. Disponible en: <http://web.psoe.es/cordoba/news/205228/page/psoe-apuesta-por-consolidacion-la-laicidad-del-estado.html>

La enmienda decía lo siguiente:

“Nuestro objetivo es garantizar el derecho a la salud sexual y reproductiva de toda la población y muy especialmente de las mujeres, incluyendo el derecho al control de la maternidad, a través de una adecuada información y uso universalizado de métodos anticonceptivos, con la finalidad de reducir el número de embarazos no deseados. Consideramos que es necesaria la revisión y actualización de la legislación sobre el aborto, tras 23 años de su entrada en vigor, por los profundos cambios sociales y

Como se puede observar en el BOE³⁷, esta normativa, impulsada por el Gobierno del PSOE a través del Ministerio de Igualdad, se denominó “Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo”, excluyendo así el término ‘aborto’. Se caracteriza por los siguientes puntos:

- Establece una nueva regulación de la interrupción voluntaria del embarazo fuera del Código Penal que, siguiendo la pauta más extendida en los países de nuestro entorno político y cultural, busca garantizar y proteger adecuadamente los derechos e intereses en presencia, de la mujer y de la vida prenatal.
- Reconoce el derecho a la maternidad libremente decidida, que implica, entre otras cosas, que las mujeres puedan tomar la decisión inicial sobre su embarazo y que esa decisión, consciente y responsable, sea respetada.
- Deja un plazo de 14 semanas en el que se garantiza a las mujeres la posibilidad de tomar una decisión libre e informada sobre la interrupción del embarazo, sin interferencia de terceros, dado que la intervención determinante de un tercero en la formación de la voluntad de la mujer gestante no ofrece una mayor garantía para el feto y, a la vez, limita innecesariamente la personalidad de la mujer, valor amparado en el Artículo 10.1 de la Constitución.
- Se autoriza el aborto hasta la semana 22 en caso de grave riesgo para la vida o la salud de la mujer o ante graves anomalías en el feto.
- También se establece la posibilidad de recurrir al aborto, sin límite de tiempo, cuando se detectan anomalías fetales incompatibles con la vida o cuando el feto tenga una malformación extremadamente grave e incurable en el momento del

médico-científicos que han tenido lugar durante esta etapa y los avances logrados en materia de los derechos de las mujeres”.

“Apoyaremos la creación de un grupo de expertos y expertas que revisen el funcionamiento de esta ley y hagan una nueva propuesta para mejorar nuestra legislación, recogiendo las experiencias más innovadoras de las leyes europeas de indicaciones y plazos. Desde el Partido Socialista defendemos tres criterios fundamentales en esta materia: la equidad territorial en la prestación de este servicio que debe estar incluido en la red sanitaria pública o concertada, garantizado la accesibilidad; la seguridad jurídica y el respeto a los derechos fundamentales de las mujeres y de los y las profesionales que las atienden y el respeto a la voluntad de las mujeres y al derecho a decidir sobre el control de su maternidad”.

³⁷ Boletín Oficial del Estado (BOE), 55, de 4 de marzo de 2010, p. 2102.

diagnóstico. En los casos de interrupción por causas médicas se solicitan dictámenes emitidos con anterioridad por médicos (uno o dos dependiendo del caso) distinto a aquel que practique el aborto (salvo en casos de urgencia para la salud o la vida de la mujer).

- Otorga a las jóvenes de 16 y 17 años el consentimiento para la interrupción voluntaria del embarazo de acuerdo con el régimen general aplicable a las mujeres mayores de edad, aunque al menos uno de sus representantes legales, deberá ser informado de la decisión de la mujer. Se prescindirá de esta información cuando la menor alegue fundadamente que esto le provocará un conflicto grave, manifestado en el peligro cierto de violencia intrafamiliar, amenazas, coacciones, malos tratos, o se produzca una situación de desarraigo o desamparo.

4.6. La tercera legislación sobre el aborto (2014)

El primer proyecto del aborto del Gobierno del PP, con Mariano Rajoy a la cabeza, se ha incluido en este estudio a pesar de que solo llegó a ser un anteproyecto de ley, pero a diferencia de otras iniciativas fallidas sobre esta materia llevadas a cabo por diversas formaciones políticas, este intento de reforma del Partido Popular se produjo gobernando dicho partido.

El PP incluyó en su programa electoral de 2011 la creación de una ley de protección de la maternidad con medidas de apoyo a las mujeres embarazadas, especialmente a las que se encuentran en situaciones de dificultad, para lo que propusieron un cambio del modelo de regulación del aborto vigente en ese momento “para reforzar la protección del derecho a la vida, así como de las menores”³⁸.

Las principales características del “Anteproyecto de Ley Orgánica para la protección de la vida del concebido y de los derechos de la mujer embarazada” impulsado por el Gobierno del Partido Popular en 2013 son³⁹:

³⁸ PP (2008): *Programa electoral del PP a las Elecciones Generales*, p. 108.

³⁹ MINISTERIO DE JUSTICIA (2013): *Anteproyecto de Ley Orgánica para la protección de la vida del concebido y de los derechos de la mujer embarazada*, Gobierno de España, 1-5.

- La vuelta al sistema de supuestos en los que se basaba la Ley del Aborto de 1985.
- La garantía de la protección de la vida del concebido no nacido como bien jurídico protegido por el Artículo 15 de la Constitución.
- Cuando el embarazo sea consecuencia de un delito contra la libertad o indemnidad sexual prevalecerá el derecho a la dignidad más esencial de la mujer, que podrá interrumpir la gestación en las 12 primeras semanas tras interponer la correspondiente denuncia”.
- No será punible la existencia de grave peligro para la vida o salud física o psíquica de la mujer, lo que se entenderá cuando el embarazo produzca un menoscabo importante en su salud, con permanencia o duración en el tiempo, según los conocimientos de la ciencia médica en ese momento. En estos casos, la interrupción de la gestación debe realizarse en las 22 primeras semanas”.
- La interrupción voluntaria del embarazo en jóvenes de entre 16 y 18 años de edad y las mayores sujetas a curatela debe hacerse con el asentimiento de los padres o tutores o curadores. En los casos de menores de 16 años o mujeres mayores sujetas a tutela será necesario el consentimiento de los padres o tutores y la manifestación de la voluntad de la menor.
- A diferencia de las leyes anteriores, el anteproyecto de ley orgánica despenaliza la conducta de la mujer que se practica o consiente que le sea practicado un aborto al entender que se trata siempre de una víctima.
- Este anteproyecto regula la objeción de conciencia de cualquier profesional sanitario que participe o colabore en los supuestos despenalizados de interrupción voluntaria del embarazo sin posponerla a un reglamento posterior, como ocurría con la ley de 2010.

Sin embargo, a pesar de estar presentado este proyecto de ley, impulsado por el Ejecutivo del PP a través del Ministerio de Justicia, Alberto Ruíz-Gallardón a la cabeza,

se paralizó por falta de consenso para sacarlo adelante, según anunció el presidente del Gobierno. En su lugar, Rajoy anunció una reforma de la ley de 2010⁴⁰.

Esta situación propició la dimisión de Alberto Ruíz-Gallardón como ministro de Justicia y el abandono de la política del dirigente popular⁴¹.

4.7. La cuarta legislación sobre el aborto (2015)

La cuarta y última ley sobre el aborto fue impulsada por el mismo Gobierno del PP, aunque ya con Rafael Catalá al frente del Ministerio de Justicia en lugar de Ruíz-Gallardón. Esta normativa, denominada “Ley Orgánica 11/2015, de 21 de septiembre, para reforzar la protección de las menores y mujeres con capacidad modificada judicialmente en la interrupción voluntaria del embarazo”, refleja que en el momento en que se produce la interrupción voluntaria del embarazo, las menores de 16 y 17 años se encuentren acompañadas de sus representantes legales, padre y/o madre, personas que ostenten la patria potestad o tutores⁴².

La novedad de esta ley es la supresión de la posibilidad que otorgaba la ley de 2010 aprobada por el Gobierno socialista de que las menores de edad pudieran prestar el consentimiento por sí solas, es decir, abortar sin informar siquiera a sus progenitores. De este modo, para la interrupción voluntaria del embarazo de las menores de edad será preciso, además de la manifestación de su voluntad, el consentimiento expreso de los titulares de la patria potestad⁴³.

A diferencia de la primera legislación sobre el aborto que impulsó el Gobierno del PP, en ésta no se suprimen los artículos de la ley de 2010 que hacen referencia al aborto libre en un periodo de tiempo determinado ni al derecho al aborto en caso de graves malformaciones del feto. Únicamente se sustituye el derecho de las menores de 16 y 17

⁴⁰ “Rajoy confirma la retirada de la ley del aborto por falta de consenso”, EL PAÍS, 2014. Disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2014/09/23/actualidad/1411473129_685551.html

“Rajoy confirma la retirada de la ley del aborto de Gallardón”, ABC, 2014. Disponible en: www.abc.es/espana/20140923/abci-rajoy-aborto-201409231343.html

⁴¹ PLATERO, L. (2015): *Anuario de Movimientos Sociales 2014*, Fundación Betiko, p. 4.

⁴² Boletín Oficial del Estado (BOE), 227, 2015, p. 83586.

⁴³ Id.

años a no informar de la práctica abortiva en determinadas circunstancias por la obligación de hacerlo⁴⁴.

⁴⁴ Id.

CAPÍTULO 5

Periódicos analizados

Introducción

Este capítulo se centra en las características generales que definen a los diarios que analizamos en la tesis doctoral, *El País* y *ABC*. Consideramos fundamental describir los principales rasgos de estos periódicos y su historia para contextualizar la información, la opinión y la interpretación objeto de estudio.

ABC y *El País* son dos periódicos nacidos en épocas dispares y con principios distintos; son, por lo tanto, dos contrapesos que consideramos muy adecuados para desarrollar la investigación porque aportan contenidos periodísticos desde distintos ángulos, independientemente de que en determinados asuntos puedan mostrar una visión similar o parecida.

Para el análisis de cada uno de estos periódicos hemos empleado principalmente publicaciones insertas en estos diarios firmadas por los máximos responsables de *El País* y *ABC*, otras que no llevan firma, referencias de algunos de sus periodistas o escritores más conocidos y/o reconocidos y también las imágenes recogidas en la prensa estudiada.

De este modo, hay que resaltar la gran cantidad de contenido de este capítulo extraído de los propios textos periodísticos de *ABC* y *El País*, sin olvidar otras fuentes bibliográficas centradas en el análisis, la descripción y la comparación entre ambos diarios.

Este uso destacado de fuentes periodísticas (artículos y editoriales, principalmente) se debe a que estos documentos recogen claramente y de manera pormenorizada las finalidades y las principales características de estos diarios, que es lo que buscamos en el presente capítulo.

Por otro lado, al igual que ocurre con las diversas legislaciones que estudiamos, hemos encontrado menos análisis literarios referentes al momento en el que se redactan estas

líneas que de épocas antiguas, pero sí que existen artículos, editoriales y reflexiones recogidas en ambos diarios sobre las posturas ideológicas, políticas y los principios de estos periódicos.

El País, con cuarenta años de historia, y *ABC*, que ya suma más de 110 años en el mercado, han sido testigos directos del trascurso histórico y las diversas situaciones políticas y sociales de España, en lo general, pero también lo han sido de las leyes del aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual en España, en lo particular, en lo particular.

En este tiempo, ambos periódicos han protagonizado un conflicto público y mediático, promovido por las discrepancias entre ambos diarios acerca de las posturas divergentes que mantenían sobre los asuntos de la actualidad española. Pero lo que realmente generaba esas confrontaciones era la rivalidad comercial y la competencia existente entre estos dos rotativos.

Debido a esta situación, los postulados discordantes de los diarios analizados han servido históricamente de excusa o de razón para justificar una “guerra” comercial entre *ABC* y *El País*, dos periódicos que han sido los más importantes de España durante una parte importante del periodo que comprende el estudio.

Tanto *El País* como *ABC* se consideran moderados en lo ideológico, innovadores en lo tecnológico y plurales y libres en lo periodístico. Además, ambos apoyan el modelo monárquico español, aunque esa característica es el rasgo más acentuado en el caso de *ABC*. También coinciden en otras cuestiones importantes como en la firme defensa de su identidad política correspondiente por encima de partidos y personalidades políticas.

Para describir y analizar estos diarios hemos empleado las declaraciones de algunos de sus directores, quienes han resaltado los principios y valores de sus periódicos en textos que recogen los rasgos que definen estas cabeceras y que han servido para reafirmar la identidad de *ABC* y *El País*.

Como se puede ver en este capítulo, esta identidad declarada y manifestada por sus diversos directores apenas ha variado a lo largo del tiempo, lo que denota que los principios de estos dos diarios están profundamente asentados y que así lo ha sido a lo largo del tiempo, a pesar de los cambios que ha sufrido la sociedad.

El espacio que hemos empleado para describir cada periódico es similar, para no otorgar mayor importancia ni presentar intencionadamente más información de un diario en detrimento del otro.

5.1. *ABC*

ABC comenzó siendo un semanal monárquico fundado por Torcuato Luca de Tena el 1 de enero de 1903 y en 1905 pasó a ser un diario¹. En su primero número de este rotativo se destaca que, “en política no seguirá bandera alguna para no mermar su independencia, dentro de la cual se propone vivir sin abdicar uno solo de sus fueros”.

Además, este editorial añade que se trata de un periódico que aspira a ser grato al público y hacer algo nuevo. Para ello, aboga por explorar la opinión de las personas que por su posición y por sus conocimientos pueden orientar al lector a lo que puede ser la prensa del porvenir. Con este fin, *ABC* marca su apuesta por ofrecer información sobre esas personas, comenzando por el Rey de España.

5.1.1. Los principios editoriales

El director de *ABC*, Guillermo Luca de Tena, publicó en 1980² un relato cronológico de las dificultades de la empresa editora del periódico para mantener sus principios editoriales, marcando una serie de pautas acerca del rol histórico y social del diario.

1. La primera de estas pautas³ hace referencia al sentido de Estado de *ABC*: “España ha sido siempre nuestra principal preocupación y no ha sido siempre cómoda para nuestro diario esta postura de patriótica independencia, no vinculada a ningún partido ni sometida a ningún interés”.

En este punto, Luca de Tena relata la persecución y el control que a su juicio ha habido de la opinión del periódico, asegurando que “los atentados contra la independencia de *ABC* no se limitan a los daños tormentosos de la II República, abarcan también la etapa de la Dictadura de Primo de Rivera y el régimen de Franco”.

¹ OLMOS, V. (2002): *Historia del ABC*, Plaza y Janés, Barcelona, p. 25.

² LUCA DE TENA, G. (1980): *Razones para una fidelidad*, en *ABC*, 2 de junio de 1980, p. 4.

³ Id.

2. El carácter monárquico de la Nación española es otra de las principales características que definen este diario⁴, para que el que “España y su Monarquía han sido las dos líneas determinantes de la conducta de *ABC* a lo largo de tres cuartos de siglo de existencia. Y al mismo tiempo, de acuerdo con ese espíritu liberal que siempre nos inspira, continuamos en el permanente intento de encontrar un tono civilizado para la discusión dentro de la convivencia”.

3. Luca de Tena considera que *ABC* es un diario que históricamente ha sido moderado: “Algunas de las cartas que nos llegan a nuestro periódico nos acusan de servir a la más cerrada y retrograda de nuestras derechas. Otras nos reprochan nuestra debilidad o complacencia frente a los avances del marxismo. Lo que nos hace creer que seguimos fieles al espíritu de moderación que tomamos por guía y que –con las inevitables diferencias causadas por los años- seguimos hablando el mismo lenguaje de nuestros comienzos”⁵.

5.1.2. *ABC* y su posición en el panorama socio-político

Adentrándonos en los años del periodo democrático vigente, cabe destacar que el presidente de la junta de fundadores y del consejo de dirección del *ABC*, Torcuato Luca de Tena, “estaba anclado en el franquismo, y le faltaba capacidad de visión para otear un horizonte de libertad, lo que repercutía al periódico, que también se veía estancado en esa etapa”⁶.

Como señala Edo⁷, *ABC* publicó en dos ocasiones distintas –en 1987 en 1992- un editorial titulado “Prensa independiente” donde aseguró que la democracia española ofrece intermitentes pruebas de inmadurez a falta de que las libertades se asienten entre la sociedad con la firmeza de las democracias europeas y que, por ello, era necesario insistir e incidir en las pautas de este modelo de Estado.

⁴ Id.

⁵ Id.

⁶ Op. cit. OLMOS, V., 2002, p. 538.

⁷ EDO, C. (1994): *La crisis de la prensa diaria*, Ariel Comunicación, Barcelona, p. 180-181.

En este sentido, este editorial indicó que una de esas reglas elementales, sin la que no hay régimen democrático capaz de sobrevivir, es el rol de la prensa independiente y los medios audiovisuales⁸.

Este texto también hizo referencia al carácter aconfesional del periódico, pero respetuoso de la tradición católica, “considerada uno de los fundamentos de la convivencia nacional, organizada desde hace muchos siglos sobre los principios de derecho público cristiano”.

Asimismo, aseguró⁹ que “la institución monárquica es el instrumento histórico de unidad nacional y la plataforma constitucional para la libre concordia entre los españoles”.

Sobre el modelo económico de España, *ABC* consideró que el mejor modelo de sociedad para el bien común en nuestra nación es el de libre mercado, lo que marca su distancia con el Partido Socialista de la época. Por eso, se autodefine como un diario “que está en la oposición, pero no es de la oposición”¹⁰.

Según prosiguió este editorial¹¹, *ABC* está sólo al servicio de sus lectores, a los que se esfuerza por informar con objetividad y rectitud. Y la clave que apuntó para mantener e incrementar esa fidelidad a los lectores es la plena disposición para rectificar siempre que uno de sus redactores comete una inexactitud o una imprecisión.

5.1.3. *ABC* y los primeros gobiernos de la etapa democrática

Tras la muerte de Franco, *ABC* no se preocupó en un principio por el problema del nacionalismo vasco. Tras este suceso, el diario se centró en la reinstauración de la Monarquía y en la propia persona de Juan Carlos I. Pero a partir de 1976 empezaron a aparecer en el diario varios artículos sobre el País Vasco debido al planteamiento de un hipotético cambio político en España y a cómo afectaría a la organización territorial del país. No obstante, no son muchos los artículos relativos a la cuestión vasca en este

⁸ Id.

⁹ Id.

¹⁰ Id.

¹¹ Id.

periódico entre el fin del periodo franquista y la convocatoria de elecciones para el 15 de junio de 1977¹².

Este periódico se mostró cercano a Adolfo Suárez, a quien definió como “un político hábil, con mucho oficio”¹³. Por este motivo denunció la formación de grupos violentos de extrema derecha e izquierda. Sin embargo, este apoyo a la reforma democrática no le impidió criticar al Gobierno y a las fuerzas del orden por ejercer lo que interpretó como una cierta impunidad respecto a los grupos violentos de extrema derecha¹⁴.

Debido a esto, desde la óptica del dibujante del *ABC*, Antonio Mingote, “la democracia no fue una consecuencia exclusivamente ligada al programa concreto del gabinete de Suárez. En otras palabras, su apoyo a la democracia no acarreaba necesariamente un apoyo al Ejecutivo”¹⁵.

La independencia ideológica de *ABC* quedó en entredicho cuando se supo que Torcuato Luca de Tena y José María Ruíz Gallardón se iban a presentar a las Elecciones de 1977; el primero como candidato a senador y el segundo al Congreso. Ambos por Alianza Popular. No salen elegidos ninguno de los dos, aunque Guillermo Luca de Tena es designado senador personalmente por el rey Juan Carlos¹⁶.

Poco después, Guillermo Luca de Tena es elegido director de *ABC*. “La apertura liberal que impulsó este director a veces chocaba con la armadura conservadora del acorazado periodístico. En ocasiones, a paletadas de cal aperturista siguen otras de arena inmovilista, y viceversa. Y es que más de uno de los directivos y más de uno de los lectores, no se sienten cómodos con los vientos renovadores”¹⁷.

En los años de la Transición fue haciéndose evidente el declive de Adolfo Suárez, quien no supo poner fin a los conflictos internos de su partido, la UCD. Suárez dimitió en

¹² Así aparece en el artículo “*ABC* ante la cuestión vasca en la Transición y la Democracia (1975-2001)” de LÓPEZ, V. en “El Argonauta español” de junio de 2005. Disponible en: <http://argonauta.revues.org>

¹³ Op. cit. OLMOS, V., 2002, p. 540.

¹⁴ SEGADO, F. (2009): El camino a las elecciones de 1977: El primer Gobierno de Adolfo Suárez en las viñetas de la prensa diaria, *Revista Hispania*, 232, p. 512.

¹⁵ Id.

¹⁶ Op. cit. OLMOS, V., 2002, p. 549.

¹⁷ Id., 550-559.

enero de 1981. Le sucedió en la presidencia Leopoldo Calvo Sotelo, “quien parecía más derechista que Suárez, pero también más sólido”¹⁸.

Aunque en un principio *ABC* se mostró partidario de la política de la UCD, con el tiempo empezó a censurar muchas de sus actitudes, en especial las relacionadas con la débil posición que mostró frente a ciertas peticiones del nacionalismo vasco. Durante la Transición la media de artículos por año no supera los 18, siendo el año 1980 el que cuenta con más textos sobre Euskadi¹⁹.

5.1.4. Ansón y el relanzamiento de los principios del periódico

Debido a la grave crisis que sufría *ABC* en los primeros años del periodo democrático, el que fuera director del diario posteriormente, Luis María Ansón, propone²⁰ como fórmula para relanzar el periódico seguir fielmente los postulados conservadores que movieron a Torcuato Luca de Tena y Álvarez Ossorio a fundarlo, que son la defensa de la unidad nacional, de la monarquía, del pensamiento liberal, del mérito allá donde se encontrara, de los principios, en suma, del derecho público cristiano.

A juicio de Olmos, “Ansón considera que hay una gran parte de españoles que creen en esos principios y que en aquel momento, en el que por primera vez gobierna la izquierda socialista en más de cuarenta años, *ABC* tenía que actuar como el abanderado de la derecha. Para ello, apuesta por ofrecer amplia y fidedigna información, buenas dosis de polémica y una postura editorial clara y rotunda que convirtiera el periódico en un auténtico contrapoder del Gobierno socialista. Para ello, consideraban oportuno, en ocasiones, rozar el límite de lo permisible. Todo ello sirvió para mejorar notablemente las ventas del periódico”²¹.

La crítica y el ataque periodístico contra el PSOE de Felipe González era muy evidente para Belloch. “Ansón llevó a asegurar que no había manera de vencer al presidente socialista con otras armas, ya que tras haber ganado tres elecciones con mayoría

¹⁸ TUSSEL, J. (2005): *Dictadura franquista y Democracia*, 1939-2004, Crítica, Barcelona, p. 316.

¹⁹ Op. cit. *ABC sobre El Argonauta español*, 2005.

²⁰ Op. cit. OLMOS, V., 2002, p. 595.

²¹ Id.

absoluta y volver a ganar una cuarta contra todo pronóstico, el *ABC* elevó la crítica hasta extremos que a veces afectaron al propio Estado”²².

En este sentido, Olmos apunta que Ansón consideró necesario el ataque a Felipe González desde el *ABC* por la enorme capacidad de comunicación del socialista. Según reconoció el director del periódico, “la fuerza política y la habilidad extraordinaria que tuvo siempre González hizo darse cuenta a muchas personas que era preciso que concluyera su etapa”²³.

Pero el diario no lo tuvo fácil para dañar la imagen del presidente. “Como los ataques a González, que fueron muy fuertes en 1992-1993, no terminaron con él -prosiguió el director del periódico- unos reflexionando, como me ocurrió a mí, y otros por pura intuición, vimos que era necesario elevar el listón de la crítica. Entonces se buscó ese mundo de las irregularidades, de la corrupción... No había otra manera de quebrantar a Felipe González. Fue una operación de acoso y derribo. Algunos lo hicimos desde el convencimiento de que era un servicio al sistema democrático”²⁴.

Ansón también reconoce que un diario como *ABC*, que es conservador y monárquico, fue siempre muy crítico con el PSOE de González por discrepancias con asuntos como las negociaciones que llevó a cabo el Gobierno socialista con ETA porque no consideraban a ETA un interlocutor válido para un Estado democrático”²⁵.

Canel destaca que en las Elecciones Generales de 1996, *ABC* prestó más atención y dio más importancia a la derrota del socialista Felipe González que a la victoria del candidato a la Presidencia del Gobierno por el Partido Popular, José María Aznar²⁶.

5.1.5. La apuesta por la fotografía

Prueba de la extrema importancia que da *ABC* a la fotografía es que, para atacar a los socialistas durante los gobiernos de Felipe González, este diario “utilizó como nadie las

²² BELLOCH, S. (1998): Para acabar con Felipe González se llegó a rozar la estabilidad del Estado, *Revista Tiempo*, 14 de febrero, 825, 25-27.

²³ Op. cit. OLMOS, V., 2002, p. 642.

²⁴ Op. cit. OLMOS, V., 2002, p. 643.

²⁵ Op. cit. *ABC sobre El Argonauta español*, 2005.

²⁶ CANEL, M. J. (1999): EL País, ABC y El Mundo. Tres manchetas, tres enfoques de las noticias. *Revista Zer*, 6, 97-117.

fotografías y los dibujos. En ocasiones, las críticas de este periódico son excesivamente partidistas y desproporcionadas”²⁷.

Desde hace varios años, *ABC* fue pionero en hacer accesible su hemeroteca a través de la web (<http://hemeroteca.abc.es>), pudiendo leer en formato PDF todos los números del periódico y la revista *Blanco y Negro*, pero no tenían accesible su fondo fotográfico. La hemeroteca de este diario “abrió las puertas a los investigadores para conocer y profundizar en la historia de España y del extranjero, pero quedaba un tema pendiente: las imágenes”²⁸.

Pero la puesta en marcha de un banco de imágenes llegó de empresa privada llegó de la mano de *ABC*, lo que denota el interés de este medio por la documentación. El proyecto ‘Abcfoto’ es pionero en la prensa española y cumple con uno de los principales propósitos de todo centro de documentación, que es la difusión de sus fondos. Esta aportación significa así mismo la rentabilidad cultural y económica de las fotografías de archivo. Además, Olivera señala que este proyecto “está bien diseñado, tiene un alto nivel de respuesta a la demanda de los usuarios y permite acceder a miles de imágenes hasta ahora de uso privado y, por tanto, limitado”²⁹.

Por otra parte, “el carácter de archivo histórico del conjunto documental fotográfico de *ABC* viene a significar una importante aportación cultural, ya que permite a los estudiosos e investigadores acceder y/o conocer nuevas fuentes de información para sus estudios. Es este uno de los temas más interesantes, ya que desde ‘Abcfoto’ se muestra el patrimonio de la empresa”³⁰.

5.1.6. El carácter “vanguardista” de *ABC*

En 2013 se publica un artículo con motivo del 110 aniversario del periódico y donde se recogen las características principales del diario³¹:

²⁷ Op. cit. OLMOS, V., 2002, 644-646.

²⁸ OLIVERA, M. (2013): *Abcfoto. Análisis del proyecto fotográfico documental del diario ABC*, Cuadernos de Documentación Multimedia, p. 78.

²⁹ Id., p. 84.

³⁰ Id.

³¹ *ABC* (2010): *Principios, pensamientos y rigor*, 10 de noviembre, p. 22.

A. Este texto define al fundador de *ABC*, Torcuato Luca de Tena, como un moderno absoluto, ya que se trata del responsable de que en 1912 se publicara la primera fotografía en color en España, en la revista *Blanco y Negro*. En este sentido, cabe destacar que *ABC* fue el primer diario que publicó una fotografía aérea, que incorporó la infografía, el huecograbado, la distribución por avión, las crónicas transmitidas por teléfono y que contó siempre con las rotativas más avanzadas.

Además, se resalta el carácter vanguardista vigente del decano de la prensa nacional, un periódico que ofrece sus contenidos en diversas plataformas, en las cuales aporta su ideología moderada, liberal y conservadora, que aboga por la convivencia y la estabilidad³².

B. La unidad de España, “la defensa de la democracia parlamentaria; la economía de libre mercado, limitando en lo posible la intrusión abusiva del Estado; la monarquía constitucional y la fe que nos une, la religión católica”.

Asimismo, asegura que “*ABC* antepone sus principios a las simpatías partidistas. Aunque el Partido Popular coincide con muchos de los valores que *ABC* propugna desde antes de la existencia de esa formación, el periódico no renuncia a la crítica y a la discrepancia”³³.

C. La anticipación a los problemas a los que se enfrenta España. *ABC* trabaja para cumplir con la demanda de pistas y señales de futuro sobre una noticia que reclaman los lectores. Uno de los ejemplos con los que argumenta esta cualidad del diario es que “fue el primer periódico que alertó del envite que estaba gestando el separatismo catalán”³⁴.

D. La denuncia política y social³⁵.

E. El pensamiento. Este apartado hace alusión al reconocimiento de la sección de Opinión de *ABC*³⁶.

F. El rigor³⁷.

³² Id.

³³ Id.

³⁴ Id.

³⁵ Id.

³⁶ Id.

G. La apuesta por el periodismo y por el periodismo español. *ABC* presume de que su compañía editora, Vocento, se dedica solo al periodismo y es un grupo de comunicación cien por cien español³⁸.

H. El estilo. “El amor por el gran estilo es otra seña del diario, sea en la web, en el papel o hasta en las aplicaciones móviles. El soporte se cambia fácilmente. Pero las esencias no, y son lo que prevalece”³⁹.

5.2. *El País*, un diario autodenominado plural y con vocación democrática

El País expuso los principios del periódico en la primera página del primer número, donde el director del periódico, Juan Luís Cebrián, apuntaba que este rotativo nacía “al amparo de una convicción irrenunciablemente democrática, hay que decir que la reforma política anunciada ni satisface las exigencias mínimas que el respeto a los principios de la democracia y de la libertad exigen, ni puede lograr la adhesión de las nuevas generaciones españolas”⁴⁰.

Edo también hace referencia a la pluralidad de *El País*. Según señala, “el Grupo PRISA comenzó su actividad el 18 de enero de 1972, con José Spottorno de presidente. Unos años después, el diario *El País* contaba ya con un activo humano que abarcaba un espectro amplio y variado de la sociedad española. Este periódico salió a la venta en las circunstancias profesionales y tecnológicas adecuadas, con el equipo empresarial y periodístico adecuado y con unos competidores llenos de deudas en cuyas plantillas sobaban cientos de personas”⁴¹.

Sin embargo, en los primeros años de existencia del periódico comenzaron las fracturas internas en torno a las diversas corrientes. Enrique Bustamante aseguró que “múltiples vectores de fuerzas plurales se anulaban mutuamente entre sí. El anonimato del control engendraba y sostenía la institucionalización del medio dentro de la sociedad. El

³⁷ Id.

³⁸ Id.

³⁹ Id.

⁴⁰ Id.

⁴¹ Op. cit. EDO, C. (1994): *La crisis de la prensa diaria*, Ariel Comunicación, Barcelona, p. 40.

consenso, predicado por la elocuente vía de los hechos, adquiriría una nueva credibilidad”⁴².

Ante estas circunstancias, el consenso interno era difícil de conseguir y existió una lucha constante por el poder hasta 1983, cuando esas confrontaciones acabaron con la derrota de una de las partes: la más conservadora. Los hechos mostraron que existían una serie de ideas e intereses difícilmente conciliables. El amplio abanico ideológico del accionariado se fue limando con las renunciadas de algunas de las voces disonantes, hasta formar un grupo homogéneo a partir de 1984⁴³.

De este modo, el éxito del periódico se vio ensombrecido por los problemas internos. Había un grupo de accionistas que denunciaron la pérdida de la independencia del diario y los principios fundacionales⁴⁴.

5.2.1. Los principios editoriales

El presidente del grupo PRISA, Jesús de Polanco, describió lo que pretende ser *El País* durante una intervención en la inauguración de la Cátedra Ortega y Gasset. En esta intervención, Polanco hizo referencia al carácter independiente y cultural de su periódico: “Cuando me incorporé al equipo fundacional de *El País* (...) la penuria intelectual, técnica y profesional en la que se encontraba la prensa española era sobrecogedora. Libre de toda vinculación de partido o de grupo de poder echó a andar, impulsado por un colectivo en el que se significaban editores, intelectuales y profesionales liberales, un proyecto profesional que apostó decididamente por las libertades y por las formas de vida civilizadas y modernas de las que hoy, afortunadamente, disfrutamos”⁴⁵.

Ese carácter independiente y plural, a juicio de Polanco, era la clave de los buenos resultados comerciales que estaba teniendo *El País*: “El éxito fulgurante de *El País* no

⁴² Id.

⁴³ Id.

⁴⁴ Id.

⁴⁵ Id., 174-175.

puede ser entendido si no es desde la voracidad de la sociedad española por una prensa que respirara independencia, libertad política, y modernidad cultural”⁴⁶.

Entre los referentes de *El País* estaba la prensa internacional declarada independiente y algunos medios españoles anteriores a la guerra civil. “No tuvimos que inventarnos nada, sino desarrollar un proyecto riguroso conforme a patrones de prensa independiente que operaban en las sociedades occidentales, y con referencia interna del papel jugado por algunos periódicos en la España anterior a la guerra civil. El proyecto de *El País*, tal como quedaría posteriormente plasmado en su Estatuto de Redacción, fue revolucionario para los usos de la prensa española”⁴⁷.

5.2.2. El libro de estilo

El Libro de Estilo de *El País* muestra otro ángulo desde el que describir las características más importantes de este diario. Este libro indica que se trata de un periódico “independiente, nacional, de información general, con una clara vocación global y especialmente latinoamericana, defensor de la democracia plural según los principios liberales y sociales, y que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución. En este marco, acoge todas las tendencias, excepto las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines”⁴⁸.

Sin embargo, el carácter internacional de *El País* ha cambiado. Si en la edición de 2014 del libro de estilo se destaca la vocación latinoamericana del rotativo, en la de 2003 hace referencia a la vocación europeísta.

Asimismo, en su libro de estilo, *El País* rechaza “cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguardia constituye la razón última del trabajo profesional”⁴⁹.

⁴⁶ Id.

⁴⁷ Id., 175-176.

⁴⁸ *EL PAÍS* (2014): *Libro de Estilo*, Madrid, Ediciones *El País*, p. 21.

⁴⁹ Id., p. 27.

5.2.3. *El País*: Un diario nacido tras el periodo franquista

Por otro lado, el que fuera director de *El País*, Juan Luis Cebrián, se refirió a los fines del diario, asegurando que se trata de “un periódico independiente, capaz de rechazar las presiones que el poder político y el dinero ejercen en el mundo de la información”⁵⁰.

En su texto, Cebrián destacó la influencia de la dictadura franquista en el periodismo español, como así reflejó al afirmar que “a partir de la publicación de la actual Ley de Prensa e Imprenta, los diarios pudieron soltar, tímidamente primero, más cómodos después, algunas de las amarras que les ataron durante tanto tiempo. Pero se han mantenidos hábitos y vicios difíciles de borrar. La veneración al poder que el franquismo enquistó entre nosotros es todo lo contrario de lo que una Prensa libre necesita si quiere convertirse en un instrumento de participación y diálogo al servicio de los ciudadanos”⁵¹.

El ex director del diario de PRISA incidió en el sello franquista de la prensa del año 1976, lamentando el modelo de información que recogen los periódicos españoles. “Los niveles de libertad de prensa en nuestro país, al margen de innegables avances obtenidos en el pasado reciente, siguen siendo muy bajos para lo que la democracia tradicional exige. La información sobre las actividades de los ministros o los directores generales copa en gran parte los espacios de política de los periódicos, que dedican páginas y páginas a discursos oficiales que nadie lee pero cuya publicación aplaca -teóricamente al menos- otras iras desatadas”⁵².

Cebrián también pidió que la actitud y el tono de la prensa diaria cambiaran para ayudar a la construcción de una democracia en nuestro país y marcó claramente distancias entre el diario y el régimen franquista. En este sentido, el ex director de *El País* afirmó que el periódico fue posible porque hay muchos miles de españoles que no eran de derechas ni de izquierdas o que eran de derechas y de izquierdas, pero ninguno optó por expender

⁵⁰ CEBRIAN, J.L. (1976): *El País que queremos*, *El País*, 4 de mayo, p. 6.

⁵¹ Id.

⁵² Id.

patentes de patriotismo, ni pensó que “la mejor manera de convivir sea la que desgraciadamente se nos ha querido enseñar en el pasado: la supresión del adversario”⁵³.

Además, Cebrián resaltó la pluralidad del medio, en coherencia con el amplio espectro ideológico al que va dirigido el diario. Aseguró que “porque nacemos con talante y concepción liberales de la vida, la Tribuna Libre de *El País* estará abierta a cuantas gentes e ideologías quieran expresarse en ella, con la sola condición de que sus propuestas, por discutibles que sean, sean también respetuosas con el contrario y propugnen soluciones de convivencia entre los españoles”⁵⁴.

5.2.4. El papel de *El País* con los primeros gobiernos democráticos

Para el periodista de *El País*, Juan Cruz, este diario fue⁵⁵ un instrumento del proceso de libertad, porque su objetivo era contribuir a la creación y la consolidación de las libertades públicas desde el número de 4 de mayo de 1976. El periódico se creó enseguida entre los elementos más conservadores, incluidos los de su accionariado, una imagen de izquierdista y nido de rojos, en contraposición con lo que se esperaba de él, que fuese un diario de la derecha civilizada⁵⁶.

La idea era construir un periódico independiente pero no neutral, sino beligerante en una serie de temas como terrorismo, incluido el de Estado, en contra de la pena de muerte, los derechos de la mujer, la separación Iglesia-Estado, la amnistía, las autonomías y una política familiar y sexual moderna, una sociedad libre y abierta. El diario manifestó desde el principio su postura radical en estos temas, declarándose progresista y siendo conservador en lo económico y de centro en lo político⁵⁷.

Cruz recoge que Manuel Vicent habla de la reticencia de Franco a este diario. Ve el periódico como la consecuencia “de una generación, la de la Institución Libre de Enseñanza, que había nacido en medio de una España analfabeta, de patio de caballos,

⁵³ Id.

⁵⁴ Id.

⁵⁵ CRUZ, J. (1996): *Una memoria de El País. 20 años de vida en una redacción* Plaza y Janés editores, Barcelona, p. 138.

⁵⁶ SEOANE, M. C. (2004): *Una historia de El País y del Grupo Prisa*, Editorial Plaza y Janés, Barcelona, p. 117.

⁵⁷ Id., p. 215.

de curas trabucaires, de sardina y alpargata; como una corriente ética e intelectual que se propuso generar *El País*”⁵⁸.

Este diario se identifica desde su nacimiento con el proyecto de reforma política para la democratización de España y con el papel que en él debe desempeñar el rey. “Al igual que la mayor parte de los españoles, prefiere la monarquía a una nueva aventura republicana porque ofrece más garantías de una evolución sin violencia, ya que, entre otras razones, el rey puede contar con el respeto del ejército. Por eso, si contribuye a traer la democracia, bien está la monarquía”⁵⁹.

El País insiste siempre en la figura del rey como protagonista activo de la modernización y democratización de España. Este periódico, en su discurso, refuerza el amplio consenso en torno a la monarquía como forma de Estado adecuada para la España democrática. Cuando los monárquicos abandonaron este diario por discrepancias por su supuesta orientación izquierdista, una idea recurrente de *ABC* es que el monarquismo de *El País* es el del converso, no un monarquismo auténtico⁶⁰.

Entre los políticos que habían contribuido al nacimiento de *El País* con la intención de influir en el rumbo del periódico y que más razones tuvo para sentirse defraudado fue Manuel Fraga. Lo primero que quedó claro fue que *El País* no era *fraguista*, para su indignación y la de sus partidarios dentro del accionariado del periódico. *El País* estuvo decididamente en contra de Alianza Popular, aunque no dejarse de mostrar, con excepción de algún colaborador como Umbral, respeto a Fraga y reconocimiento en alguna de sus virtudes⁶¹.

Según Cruz, “con Adolfo Suárez, *El País* fue francamente hostil, incluso excesivamente hostil a juzgar por lo que luego se ha recapitado desde las propias páginas del diario acerca de la gestión del presidente de la Transición (...). Con Felipe González hubo vaivenes, algunos de ellos extremadamente violentos”⁶².

⁵⁸ Op. cit. CRUZ, J., 1996, p. 105.

⁵⁹ Op. cit. SEOANE, M. C., 2004, p. 130.

⁶⁰ Op. cit. CRUZ, J., 1996, 133-134.

⁶¹ Id., p. 135-137.

⁶² Id. p. 83.

Seoane señala que *El País* no estaba en sintonía con Suárez, no discutía los méritos de su política, pero consideraba que era excesivo convertirle en el héroe de la nueva democracia⁶³. A pesar de eso, *El País* no dejó de alabar algunas medidas del Gobierno centrista desde sus inicios⁶⁴. De Leopoldo Calvo-Sotelo *El País* opinaba que, a pesar de ser un político con gran cultura, no tenía carisma. Así, la alternativa posible y deseable para *El País* era el PSOE, pero algunos consejeros de PRISA se quejaban de la tendencia pro socialista del periódico por esas fechas⁶⁵.

5.2.5. La posición de *El País* sobre el aborto y el divorcio

Estas autoras subrayan la defensa de *El País* del divorcio civil, algo que se notaba a través de los colaboradores habituales del periódico. Sobre el divorcio se publicaron muchos artículos en la sección Tribuna Libre. Además, la postura editorial de *El País* era clara en su petición de una ley sobre este asunto, a pesar de la presión que ejercían en contra de este posicionamiento ciertos sectores como los propios accionistas del periódico y la Iglesia⁶⁶.

Sobre el aborto, la postura de *El País* es más matizada. No adoptaron las tesis del feminismo radical, según las cuales sería un acto de afirmación de la libertad de la mujer de disponer de su propio cuerpo, pero sí señalaron el planteamiento de un problema moral, aunque este diario se mostró decididamente partidario de su despenalización. La Tribuna Libre del periódico acogió opiniones para todos los gustos, a veces enfrentadas en la misma página. Los colaboradores religiosos se mostraron mucho más reservados y prudentes con respecto a este espinoso asunto que con el divorcio⁶⁷.

En 1987, *El País* muestra un claro desencanto ante la institucionalización del partido gobernante, pero, por otro lado, sigue dejando claro que no hay ninguna otra alternativa que sea más convincente, ni a la derecha ni a la izquierda. Critica mucho a la derecha, las luchas fratricidas en Alianza Popular, la inadecuación entre su mensaje catastrofista

⁶³ Op. cit. SEOANE, M. C., 2004, p. 143.

⁶⁴ Id., p. 149.

⁶⁵ Id., p. 151.

⁶⁶ Id., 231-233.

⁶⁷ Id., p. 234.

y una visión más optimista del presente y del futuro por parte de la generalidad de la población⁶⁸.

En referencia a las luchas internas del PSOE que se produjeron en los años noventa entre los partidarios de Alfonso Guerra frente a los que apostaban por una renovación del partido, “*El País* apoyó claramente a los últimos, que representaban una imprescindible apuesta a favor de la apertura de los socialistas a la sociedad. Pero por encima de ocasiones críticas, mantuvo siempre una postura muy próxima a Felipe González, cuando su extraordinario carisma y poder de seducción había dejado de tener efecto sobre la mayor parte de los sectores que en otros tiempos habían sucumbido a él”⁶⁹.

5.2.6. La confrontación con los gobiernos de Aznar, R. Zapatero y Rajoy

Posteriormente, durante el mandato de José María Aznar, “las relaciones entre el Gobierno y *El País* no pudieron ser peores, hasta el punto de que era imposible la neutralidad y mantener afinidades entre ambas partes” debido a los problemas surgidos por diversos conflictos que se generaron por las concesiones televisivas de las retransmisiones de fútbol, así como por otras cuestiones empresariales del Grupo PRISA⁷⁰.

También es cierto que durante estas dos legislaturas de Aznar no se aprueban ni tramitan en las Cortes Generales ninguna de las leyes objeto del presente estudio, lo que resta importancia a dicho periodo histórico para este trabajo.

El País se denomina, como ya hemos señalado, un diario progresista y a favor de leyes como la del aborto o el divorcio, dos iniciativas que, junto a la del matrimonio homosexual, legisló Rodríguez Zapatero. Sin embargo, este diario fue muy crítico con el papel que desempeñó el segundo presidente socialista de la presente etapa democrática por otras cuestiones, poniendo en evidencia su capacidad de liderazgo y su valía al frente del Ejecutivo de la Nación. Un ejemplo de esto es el editorial que dedicó este periódico a la retirada de las tropas españolas de Kosovo.

⁶⁸ Id., p. 313.

⁶⁹ Id.

⁷⁰ Id., p. 558.

En dicho texto, *El País* aseguraba que “la preocupación por la imagen y la proliferación de canales informales, al margen de los institucionales y administrativos, se han convertido en signo distintivo del quehacer de Rodríguez Zapatero. El riesgo de un grave traspiés era cuestión de tiempo, y la retirada de Kosovo se ha convertido en la ocasión más inoportuna para que salten estos frágiles esquemas que el presidente ha venido confeccionando a su medida”⁷¹.

Más adelante, durante el mandato del ‘popular’ Mariano Rajoy, *El País* dejó también en evidencia al presidente, mostrando una manifiesta distancia entre el diario y las políticas y el papel del mandatario español. Según apuntaba este editorial de este periódico, “mientras François Hollande, Barack Obama, Vladímir Putin y Angela Merkel se mueven en el tablero de la crisis desatada por el terrorismo, Mariano Rajoy se ocupaba ayer de comentar los partidos de la Champions League para la cadena Cope. No hay mucho más que decir sobre la falta de seriedad mostrada por el presidente candidato, que ofrece la imagen de aislarse de sus aliados internacionales y poner sordina a la inquietud causada por la amenaza yihadista”⁷².

5.2.7. La incertidumbre en la plantilla y los cambios en el periódico

Respecto al ámbito interno del periódico, Polanco hizo alusión a la dignificación profesional -en salarios y derechos- de los trabajadores, ya que “por primera vez se implantó el descanso semanal de dos días para los periodistas y se apostó por un modelo de periodismo de calidad, con una diferencia clara entre información y opinión, entre el contenido periodístico y la publicidad. Su maqueta, que respeta escrupulosamente estos principios, ha tenido una gran influencia dentro y fuera de España”. Polanco, describió lo que pretende ser *El País* durante una intervención en la inauguración de la Cátedra Ortega y Gasset⁷³.

En lo que se refiere al trabajo de los periodistas del diario, Polanco afirmó que están obligados a presentar una información veraz y completa y se comprometen a la no manipulación de las noticias y a rechazar cualquier presión de personas o grupos. Además, la redacción tiene que seguir un libro de estilo, con un conjunto de normas

⁷¹ *EL PAÍS* (2009): *Kosovo por dentro*, 26 de marzo, p. 24.

⁷² Id.

⁷³ Op. cit. EDO, C., 1994, p. 174-177.

para los periodistas que garantizan al lector su derecho a una información transparente y veraz. Polanco, describió lo que pretende ser *El País* durante una intervención en la inauguración de la Cátedra Ortega y Gasset⁷⁴.

Sin embargo, años después de que Jesús de Polanco resaltara el estatus laboral y la mejora de las condiciones laborales de los redactores de *El País* respecto al resto de empresas del ámbito de la prensa escrita española, este diario fue noticia por el despido de una gran parte de su plantilla, por la pérdida de derechos de los trabajadores que continuaron y por el modo en que se desarrolló el reajuste de la plantilla⁷⁵.

Este periódico hizo un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) por el que despidió a 129 trabajadores⁷⁶, quienes tuvieron conocimiento de la noticia a través de un correo electrónico enviado por el comité de empresa a cada uno de los afectados. Este despido masivo ocurrió tras el rechazo por parte de los empleados de una propuesta de la empresa en una asamblea celebrada después de tres jornadas de negociaciones y huelga en *El País*.

5.2.8. Los cambios en el periodismo escrito

Cruz apunta que, para consolidarse como el principal diario de la prensa española, *El País* tenía que vivir un proceso de revolución permanente, un objetivo por el que acometió una serie de cambios en su modelo de producción y amplió sus instalaciones. De este modo, *El País* fue el primer periódico español en el que la elaboración de las noticias y su posterior tratamiento se hacían directamente sobre pantalla⁷⁷.

En una carta enviada a la redacción del periódico el 3 de marzo de 2016, el director del periódico, Antonio Caño, agradece el sacrificio y la colaboración a los periodistas de este diario. En esta misiva, alerta del peligro que corre el periódico por diversos

⁷⁴ Id.

⁷⁵ Así se describe en el artículo *El País despide a 129 trabajadores, incluidas grandes firmas*, de noviembre de 2012. Disponible en: <http://www.ere-elpais.com>.

⁷⁶ Id.

⁷⁷ Op. cit. SEOANE, M. C., 2004, p. 200.

condicionantes de la sociedad informativa del momento, como los formatos digitales y la crisis económica que atraviesa España⁷⁸.

Según declara, “nos encontramos en una posición competitiva y en condiciones de prolongar el liderazgo de *El País*. Pero eso no significa que la batalla esté ganada ni que nuestra supervivencia esté garantizada. La revolución que afecta a los medios no ha concluido aún, el panorama es todavía muy confuso. La crisis, probablemente, no ha tocado fondo todavía. El trasvase de lectores del papel al digital es constante”⁷⁹.

Caño advirtió a los redactores del periódico del futuro negro de la prensa escrita, reconociendo el miedo que tiene a que “el paso del papel a lo digital es solo uno y no el más grande de los muchos pasos que los periódicos tendremos que dar hasta alcanzar nuestro verdadero espacio futuro”⁸⁰.

El director de *El País* estableció un paralelismo entre la relevancia que supondría el cambio de formato del periódico y la importancia de un medio de comunicación como éste en los años 70. Según señala, “hemos decidido no solo no tenerle miedo al cambio, sino adelantarnos en la medida de lo posible para estar a la vanguardia de este cambio, igual que lo estuvimos en la del nacimiento de la prensa independiente en España y en el de la información de calidad y competitiva en español”⁸¹.

Asimismo, aclaró que el periódico va a cambiar, “pero no vamos a renunciar a aquellos valores de libertad e independencia que han conseguido traernos hasta aquí. Incorporaremos nuevas dinámicas de trabajo que consigan incrementar la calidad y cantidad de los contenidos y productos que *El País* ofrece y que hoy pueden leerse en papel, a través de aplicaciones móviles, televisores inteligentes o redes sociales. Pero vigilaremos que en todas esas plataformas esté la huella de *El País*”⁸².

Por otro lado, el director de este diario no omitió en su carta las discrepancias sobre lo que debía ser el futuro del periódico, al asegurar que “tras más de año y medio de

⁷⁸ Así se recoge en la *Carta abierta del director de EL PAÍS a la Redacción del periódico, de 3 de marzo de 2016*. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2016/03/03/actualidad/1457031570_991358.html

⁷⁹ Id.

⁸⁰ Id.

⁸¹ Id.

⁸² Id.

trabajo y discusiones, nos acercamos a un momento clave en la historia de *El País*. En los próximos días concluirá la primera fase de la obra que habilitará una nueva redacción, y con ello llegará el momento de la conversión de *El País* en un periódico esencialmente digital; en una gran plataforma generadora de contenidos que se distribuyen, entre otros soportes, en el mejor periódico impreso de España”⁸³.

Para Caño, “es tan importante el contenido como la manera de hacerlo llegar a nuestro público. Por ello, además de las firmas, estamos dotándonos de nuevos sistemas de trabajo y ampliando nuestros planes de formación para poder moldear los contenidos periodísticos de tal manera que sean fáciles de encontrar y de leer o de ver, porque cada vez los lectores consumen con más avidez los contenidos multimedia. En esta línea el lanzamiento de *El País Video* ha sido uno de los últimos éxitos”⁸⁴.

5.3. Comparación entre *ABC* y *El País*

Haciendo una comparación entre ambos periódicos, Canel apunta que *ABC* apuesta por un fuerte predominio de la opinión e interpretación de la información, con agendas más atemporales en sus temas que *El País* y con un estilo argumentativo directo, explícito y agresivo⁸⁵. Por otro lado, el diario de PRISA es más sobrio y analítico en su expresión y menos comprometido con una postura. Sin embargo, ambos diarios hacen opinión no sólo en la sección o en los géneros correspondientes, sino a lo largo de todo el periódico y a través de la información.

Según señala esta autora, la diferencia de enfoques entre los diarios se produce incluso cuando los medios se enfrentan a los enfoques de la información gubernamental, porque cada uno de estos periódicos mantiene su imagen e identidad propia por medio de enfoques muy sutiles que le diferencian del resto⁸⁶.

El *ABC* está dirigido a un nicho de lectorado bien identificado, es bastión del tradicionalismo español, monárquico y nacional, católico e intelectual, mientras que *El*

⁸³ Id.

⁸⁴ Id.

⁸⁵ Op. cit. CANEL, M. J., 1999, 97-117.

⁸⁶ Id.

País encaja más en la corriente objetivista, ya que utiliza la técnica argumentativa analítica con la que da una imagen de moderado, progresista, abierto y tolerante, defensor del consenso e intelectualista. “Pero tras esa técnica se esconden claros enfoques de las noticias, expresados, más que en las páginas de opinión, en la inclusión y exclusión de matices de las informaciones, de temas, de personajes”⁸⁷.

5.4. La “guerra” entre *El País* y *ABC*

En 1983 comenzó una guerra entre *ABC* y *El País* debido a que Ansón denunció el carácter gubernamental del diario de PRISA, un diario que, según aseguraba el director del *ABC*, estaba muy ligado a Felipe González. “Pero Ansón no tuvo éxito en su propósito de desprestigiar el periódico para su propio beneficio comercial, pues *El País* nunca vio que descendieran sus ventas, aunque sí alcanzó el objetivo de indignarnos como profesionales”⁸⁸.

“Desde dentro nunca se entendía muy bien aquella campaña contra *El País*, acusándolo de gubernamental. A muchos de nosotros, que estábamos visceralmente más cerca de los socialistas que de cualquier otra tendencia política entonces en juego, de derechas o de izquierdas, nos parecía que *El País* era precisamente antigubernamental, y así se lo parecía a la mayoría de ministros”⁸⁹.

Este carácter polémico de Ansón contra los diarios de la competencia se reflejaba de manera clara con *El País*, considerado como su máximo rival. Según recoge Olmos⁹⁰ en conversación con Ansón, éste le confiesa que el enfrentamiento con el diario de PRISA era una estrategia para diferenciarse de su más importante competidor.

⁸⁷ Id.

⁸⁸ Op. cit. CRUZ, J., 1996, p. 83.

⁸⁹ Id.

⁹⁰ Op. cit. OLMOS, V., 2002, 601-602.

5.5. La difusión de *El País* y *ABC*

Atendiendo a la audiencia que puedan tener en cada uno de los periodos históricos en los que se impulsan las leyes que se analizan, se ha recurrido a los estudios de la OJD para revisar su tirada y su difusión.

Para realizar estos análisis, la OJD exige que el medio que analiza haya venido publicándose ininterrumpidamente durante un mes si se trata de un diario, como es el caso que atañe a los periódicos de esta investigación. Para el control de las tiradas y las difusiones, OJD utiliza el sistema de auditoría⁹¹, que se hace una vez al año comprobando y certificando los datos de tirada y difusión correspondientes a los doce meses anteriores.

Tirada⁹² es el número de ejemplares en condiciones de ser distribuidos y vendidos que se imprimen en cada número. La difusión es la tirada útil de una publicación que se distribuye para que llegue a sus destinatarios, que son los consumidores.

⁹¹ MANFREDI, J. L. (2000): *Manual de producción periodística*, Editorial MAD, Sevilla, p. 212.

⁹² Id., p. 213.

Tabla 5.1. Tirada y difusión de *ABC* y *El País* en los periodos de tramitación parlamentaria de las leyes.

Proyectos	Fecha	Tirada		Difusión	
		<i>ABC</i>	<i>EL PAÍS</i>	<i>ABC</i>	<i>EL PAÍS</i>
Proyecto de Ley de Despenalización Parcial del Aborto	6 de octubre de 1983	182.684	412.569	145.597	340.998
Proyecto de Ley Orgánica de Salud Sexual e interrupción Voluntaria del Embarazo	17 de diciembre de 2009	342.820	508.691	256.651	391.815
Proyecto de Ley del Divorcio	22 de junio de 1981	163.704	310.829	131.545	258.837
Proyecto de Ley por la que se modifica el Código Civil en Materia de Derecho a Contraer Matrimonio	21 de abril de 2005	359.985	582.931	278.167	453.602
Proyecto de Ley por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en Materia de Separación y Divorcio	21 de abril de 2005	359.985	582.931	278.167	453.602
Anteproyecto de Ley Orgánica para la Protección de la Vida del Concebido y de los Derechos de la Mujer Embarazada	23 de septiembre de 2014 (retirada de la ley)	183.078	322.214	128.660	259.775
Proposición de Ley Orgánica para reforzar la protección de las menores y mujeres con capacidad modificada judicialmente en la interrupción voluntaria del embarazo.	17 de julio de 2015	168.034	117.256	297.445	238.560

Fuente: Elaboración propia

Estos datos⁹³ corresponden a la tirada y difusión de los periódicos que analizamos en los periodos correspondientes a la aprobación de los proyectos de ley, salvo en el caso del Anteproyecto de Ley Orgánica para la Protección de la Vida del Concebido y de los Derechos de la Mujer Embarazada, en el que se analiza la retirada de dicha tramitación legislativa.

Hay que apuntar que los mayores índices de consumo de medios de comunicación (tanto de prensa, como de radio y de televisión) van asociados a un mayor nivel de confianza ciudadana en el Congreso de los Diputados, a un mayor interés de los ciudadanos en la gestión de los gobiernos y a una mayor participación de los ciudadanos en las elecciones a sus representantes en políticos⁹⁴.

⁹³ Fuente: OJD. INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES S.A.

⁹⁴ CANEL, M. J.; ECHART, N.; BENAVIDES, J.; y VILLAGRA, N. (2006): *Los medios de comunicación, puentes para la representación política*, en Martínez, Antonia (ed.) *Representación y calidad de la democracia*. Tecnos, Madrid.

CAPÍTULO 6

Metodología

Introducción

En este capítulo hemos comenzado haciendo una revisión general del análisis de contenido y describiendo las principales características de este modelo de análisis, que es el que hemos seleccionado para nuestro trabajo porque consideramos que es válido y es el adecuado para esta tesis. Para ello, partimos del estudio semántico de los textos periodísticos.

Gracias a este modelo de análisis, podemos realizar un estudio de las diversas leyes que incluimos en la tesis doctoral que combina la técnica cuantitativa y la cualitativa a través de la formulación de unos patrones o variables aplicables a todos los textos.

Para realizar este análisis, hemos extraído el contenido que posteriormente se ha analizado de los tres tipos distintos de unidades de análisis planteados: genéricas, de contexto y de registro, siendo estas últimas las que hemos empleado como medidor cuantitativo de todos los textos analizados. Todo ello se ha realizado basándonos en el modelo de análisis planteado en otra tesis doctoral que analiza el uso de los marcos informativos del cannabis¹ en la prensa española a través del *framing* y la teoría de la *agenda-setting*.

Gracias al análisis de contenido podemos contextualizar los datos, lo que nos permite catalogar todos los textos periodísticos en los *framings* genéricos propuestos por Semetko y Valkenburg². De este modo, clasificamos nuestro análisis en cinco tipos de encuadres que consideramos un repertorio estándar de indicadores analíticos que nos

¹ BALLESTEROS, C. A. (2012): *Los marcos informativos del cannabis en la prensa española: Aplicación de las teorías del Framing y de la Agenda-setting*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

² SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M. (2000): *Framing European politics: a content analysis of press and television news*, *Journal of Communication*, 2 (50), 93-109.

servirán para lograr los objetivos planteados. Pero, además, hemos especificado diversos modelos específicos de *frames* dentro de cada encuadre genérico.

El contenido periodístico que hemos sometido a análisis es fruto de un conjunto de criterios y pautas relacionados con la permanencia temporal durante todo el periodo de estudio, con la facilidad para obtener el propio material y con el poder del modelo de comunicación elegido (la prensa escrita) a la hora de transmitir sus mensajes.

También hemos seleccionado el conjunto de legislaciones que hemos sometido a análisis, agrupadas en diversos apartados en función del asunto de dicha normativa parlamentaria y del periódico del que se extrae la información.

El modelo de análisis de contenido que hemos planteado ha sido contrastado a través de un pretest que confirmó la validez científica para el estudio que centra esta tesis doctoral.

6.1. Análisis de contenido

El análisis de contenido es un modelo de investigación que ha ido cambiando a lo largo del tiempo, como demuestran los textos que han escrito diversos autores.

Berelson³ señala que “el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”, definición que no agota las posibilidades de esa técnica: los analistas pueden impulsar también la dimensión cualitativa de la investigación, y no solo la cuantitativa. Para Bardin⁴, este modelo de investigación es un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones, que utilizan procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes.

³ BERELSON, B. (1952): *Content Analysis in Communication Research*, Free Press, Glencoe, p. 17, en ANDRÉU, J (2001): *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Fundación Centro Estudios Andaluces. Disponible en <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

⁴ BARDIN, L. (1980): *L'Analyse de Contenu*, Presses Universitaires de France, París, p. 38.

Holsti⁵ defiende que este método es una técnica de investigación cuantitativa que sirve para formular inferencias identificando de manera sistemática el contenido manifiesto de la comunicación.

Por otro lado, la técnica del análisis de contenido es un sistema de investigación destinado a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto⁶. Lo que incorpora esta definición es la importancia del contexto para la investigación mediante el análisis de contenido. Para reconocer el significado de un acto, hay que estudiar el contexto en el que surgió.

En la propuesta del profesor Jaime Andréu hemos encontrado una revisión sobre el análisis de contenido que nos servirá para definir las características de esta técnica. Andréu señala⁷ que el análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información. Lo que diferencia el análisis de contenido de otras técnicas de investigación sociológicas es que se trata de un método que combina intrínsecamente la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los mismos, y de ahí su complejidad.

Hay que señalar que tanto los datos expresos (lo que el autor dice) como los latentes (lo que traslada al receptor sin pretenderlo) cobran sentido y pueden contextualizarse⁸, por lo que en nuestro estudio analizaremos los encuadres genéricos en los que clasificaremos la información que vamos a obtener de la prensa.

El análisis de contenido “requiere de algunas variables que hay que tener en cuenta para que un texto cobre el sentido requerido por el analista. Esto sólo es posible si abrimos tal texto a las condiciones contextuales del producto comunicativo, al proceso de comunicación en el que se inscribe, y por tanto, a circunstancias de carácter psicológico, sociales, culturales e históricas de producción y de recepción de las expresiones comunicativas con que aparece”⁹.

⁵ HOSTIL, O.R. (1969): *Content analysis for the social sciences and humanities*, Addison, Wesley.

⁶ KRIPPENDORFF, K. (1997): *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Paidós Ibérica, Barcelona.

⁷ Op. cit. ANDRÉU, J, 2001, p. 2.

⁸ Id.

⁹ PIÑUEL, J. L. (2002): *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*, Estudios de Sociolingüística, 3, p. 4.

Con este estudio metodológico podremos ver si se corrobora la existencia de las dos visiones enfrentadas de las que hablamos en la hipótesis -la matriz cultural progresista y la conservadora-.

Pero lo más relevante para identificar los encuadres noticiosos no es tanto el contenido informativo sino las claves interpretativas que lo conforman, porque ofrecen un marco retórico mediante el cual se vincula una relación y un contexto entre piezas informativas¹⁰. Dichas claves interpretativas serán fundamentales para elaborar las conclusiones de este estudio.

6.2. Modelo de análisis de contenido adoptado

Según Andreu¹¹, hay tres tipologías específicas derivadas del análisis cualitativo de contenido clásico:

1. El análisis de contenido temático, que sólo considera la presencia de términos o conceptos, independientemente de las relaciones surgidas entre ellos.
2. El análisis de contenido de redes.
3. El análisis semántico.

Éste último ha sido útil para nuestra investigación, ya que ante todo pretende estudiar las relaciones entre los temas tratados en un texto. Para ello se han de definir los patrones de relaciones que se tendrán en cuenta, en función de los encuadres a los que haga referencia la información obtenida.

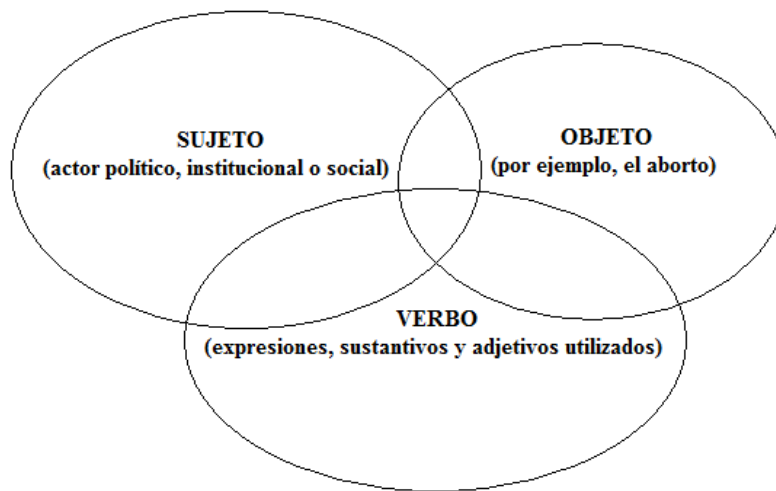
El análisis de contenido semántico requiere¹² el estudio de los modelos de relaciones que podrán ser codificados, para lo que atendimos a la estructura tríada del tipo:

¹⁰ ARUGUETE, N. y MUÑIZ, C. (2007): *El tratamiento informativo de las privatizaciones en Argentina. El caso Entel*. Universidad Autónoma de México.

¹¹ Op. cit. ANDRÉU, J., 2001, p. 20.

¹² PORTA, L., y SILVA, M. (2003): *La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa*, disponible en: <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf>.

Gráfico 6.1. Modelos de relaciones.



Fuente: Elaboración propia

Es importante resaltar que la matriz de este esquema debe permitir recoger diversas formas de presentación del mismo, por lo que hay que comprender la intencionalidad del contexto. La unidad de análisis es la cláusula (fragmento del texto) que “encaja” en la matriz definida¹³.

6.2.1. Unidades de análisis

Las unidades de análisis se agrupan en categorías, con arreglo a los objetivos, a las preguntas de la investigación y a las hipótesis de las que partimos. En esta investigación hemos tenido en cuenta las unidades genéricas, las unidades de registro y las unidades de contexto¹⁴.

¹³ Id.

¹⁴ Id.

Tabla 6.1. Unidades de análisis.

UNIDADES	CONTENIDO
GENÉRICAS	Son los 206 periódicos de <i>ABC</i> y <i>El País</i> correspondientes a los distintos periodos de análisis seleccionados para la investigación.
DE REGISTRO	<p>Son los segmentos de contenidos periodísticos cuyo análisis era relevante para la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Noticias - Crónica - Entrevista - Otros géneros informativos - Columnas - Editoriales - Imágenes (fotografía, grafismos y viñetas)
DE CONTEXTO	<p>Es el mayor cuerpo de contenido y sirve para captar el significado de la unidad:</p> <p>El contexto de cada unidad de registro lo clasificaremos por marcos genéricos.</p>

Fuente: Elaboración propia

Según Bardin¹⁵, la meta del análisis de contenido es la extracción de aquellos conocimientos relativos a las condiciones de producción o de recepción, con la ayuda de indicadores –que pueden ser cuantitativos o no-. Por ello consideramos que el objeto de la aplicación de esta técnica es encontrar en la muestra aquellos mensajes sobre el aborto, el divorcio y el matrimonio homosexual que destacaran dentro de las unidades de análisis.

A pesar de la clasificación previa en la que señalamos en el estudio las unidades de análisis planteadas, en nuestro estudio vamos a trabajar con unidades de registro, uno de los tipos de indicadores que aporta el modelo de análisis que estamos empleando. Los indicadores de registro constituyen los núcleos de significado propio que serán objeto de estudio para su clasificación y recuento.

¹⁵ Op. cit. BARDIN, L., 1980, p. 39.

La unidad de registro es la sección más concreta del texto que hace referencia a una categoría. Son unidades base con miras a la codificación y al recuento frecuencial. No existen criterios claros de distinción de unidades de registro por lo que éstas pueden ser muy variadas. En cualquier caso, se han de codificar las significaciones interesantes cuyo criterio viene marcado por los objetivos del análisis¹⁶.

Juan Zarco apunta¹⁷ que la unidad de registro, en cualquier tipo de análisis de contenido, es el elemento mínimo significativo que elegimos como el más adecuado para articular nuestro análisis. De este modo, la palabra, frase o la obra entera pueden ser los indicadores que usemos para el análisis. Según este autor, en una noticia pueden incluirse varias noticias y, por lo tanto, varias unidades de registro, de forma que, además de ‘noticia’, se debe hablar también de ‘mensaje’ o ‘comunicación’. Estos tres términos aluden a aspectos algo distintos y complejos; y en esa intersección simbólica entre las tres partes podemos obtener una idea de lo que es la unidad de registro en este tipo de análisis.

Cada unidad de registro irá enumerada en el análisis. De esta forma conseguimos que las diversas declaraciones recogidas, por ejemplo, en una crónica parlamentaria o en una noticia (unidades de contexto) puedan ser identificadas como información extraída de la misma unidad de registro.

Las unidades de registro que vamos a analizar son las siguientes:

- Fecha.
- Partido político o institución.
- Actor o fuente.
- Ubicación en el periódico.
- Tipo de texto periodístico (las unidades de análisis).
- Sección.
- Características de la imagen.
- A esta recopilación de datos que se incluyen en los periódicos que nosotros analizamos, hemos añadido en nuestro libro de códigos otra unidad de registro

¹⁶ Op. cit. PORTA, L., y SILVA, M., 2003.

¹⁷ ZARCO, J. (2000): El análisis de Contenido Cualitativo de Prensa como Soporte Técnico para la Asesoría Política. *Investigación y Marketing*, 66, p. 52.

para señalar si la información que se recoge tiende a estar a favor o en contra de la ley correspondiente.

- *Frames*.

Los datos obtenidos en nuestra investigación los hemos agrupado en un documento donde indicamos todos los resultados que hemos obtenido del análisis.

Una vez hemos definido las unidades de análisis según el esquema propuesto por Porta y Silva, y manteniendo nuestro objetivo principal de realizar un estudio de los marcos surgidos a través de los periódicos en las leyes del aborto, matrimonio homosexual y el divorcio, hemos introducido en el análisis de contenido los marcos genéricos propuestos por Semetko y Valkenburg¹⁸.

Con estos los marcos genéricos centramos nuestro análisis en cinco tipos de encuadres que consideramos un repertorio estándar de indicadores analíticos (a los que sumamos los expuestos anteriormente). Además, queremos ir un paso más allá y especificar más datos referentes a cada uno de los marcos genéricos, con el fin de detallar más la información sobre *framing* que recoge nuestro corpus documental.

Para la elaboración de las diversas categorías que conforman el estudio nos hemos fijado en Ballesteros¹⁹, que emplea los marcos genéricos y, dentro de cada uno, varias categorías dependientes de *frames*.

De hecho, a pesar de que el objeto de estudio en el caso de Ballesteros son los marcos informativos del cannabis en la prensa española, su modelo de análisis de marcos genéricos se puede aplicar en la práctica totalidad a nuestra tesis. Tan sólo hemos prescindido o modificado alguna de estas categorías, respetando en gran medida la aportación de este autor.

Se dan dos circunstancias que explican la validez de este análisis para nuestro estudio:

1. Por un lado, se trata de marcos genéricos, una característica que, en función a los autores que hemos incluido sobre ello, deben valer para el análisis de cualquier contexto.

¹⁸ Op. cit. SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M., 2000, 93-109.

¹⁹ Op. cit. BALLESTEROS, C. A., 2012.

2. Por otro lado existen múltiples coincidencias entre el tratamiento que hace la prensa sobre el cannabis y sobre los temas que nosotros estudiamos, como puede ser el uso que se hace del concepto de la libertad, la Iglesia católica o el papel de los gobernantes.

Para desarrollar un modelo válido de análisis en el que se indiquen tanto los marcos genéricos como los subtipos o categorías específicas que hemos incluido en cada uno de ellos, hemos tenido en cuenta los encuadres que más se han repetido en las frases, sustantivos y adjetivos de los textos que hemos analizado.

6.3. Población y muestra del análisis

Hemos aplicado el análisis de contenido a los periódicos *ABC* y *EL PAÍS* porque entendemos que la prensa escrita crea una situación de recepción de los mensajes bien diferenciada. D'Adamo, García y Freidenberg²⁰ aseguran que los medios impresos nos permiten una reflexión mayor que los medios audiovisuales y que, gracias a la posibilidad de guardar más tiempo de comprensión, constituyen un soporte más idóneo para los mensajes.

Consideramos que la elección de esos dos periódicos es suficiente para ejecutar nuestro análisis. Incluso se da el caso de que "muchas investigaciones emplean un único medio como representante de toda la agenda mediática"²¹. En Estados Unidos se asigna frecuentemente el papel de representante al *New York Times*. Y aunque "la mayor capacidad de los diarios en relación con los telediarios significa que las audiencias suelen tener un mayor período de tiempo para aprenderse la agenda de los periódicos"²², es cierto que "las diferencias entre los diversos medios no están claras del todo"²³.

²⁰ D'ADAMO, O.; GARCÍA, V.; FREIDENBERG, F. (2007): *Medios de comunicación y opinión pública*, Editorial Mc Graw Hill, p. 71.

²¹ McCOMBS, M. (ed. 2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (v.o. 2004), Barcelona, Paidós, p. 101.

²² Id., pág. 102.

²³ Id., pág. 103-104.

En definitiva, sobre la decisión de realizar nuestro análisis a través de la prensa -de la que hemos seleccionado los dos periódicos ya mencionados de la llamada prensa nacional- influyeron estos factores:

1. No tuvimos en cuenta la televisión, por la notable diferencia del contexto mediático entre el año 1983 y 2009: en las primeras sólo existía Televisión Española, y en las últimas existían varias cadenas, desde que en 1988 se aprobara²⁴ la televisión privada, y la irrupción de emisoras de televisión autonómicas;
2. Estos periódicos han sido los únicos diarios generalistas y de tirada nacional que cubrieron informativamente las dos etapas que queremos analizar;
3. La facilidad de las fuentes respecto a otras como la televisión o la radio, que nos permitió elaborar un análisis accesible a cualquier investigador.

6.4. Géneros periodísticos empleados y otros textos en prensa

En nuestro análisis, queremos estudiar en primer lugar la opinión de la prensa sobre las leyes que evaluamos. Para ello, hemos dado especial importancia al género del editorial, ya que consideramos que es el de mayor relevancia para extraer la opinión de un medio sobre un asunto de actualidad. Además, hemos estudiado las columnas, los artículos y los géneros que hemos denominado anteriormente como “mixtos”.

Para analizar las declaraciones de políticos, miembros de asociaciones, representantes de la Iglesia, etc., emplearemos otros géneros informativos que hemos descrito a grandes rasgos y cuyas características, según los autores a los que hemos hecho referencia, han ido evolucionando a lo largo del tiempo, teniendo, además, rasgos comunes algunos de ellos, lo que en ocasiones puede hacer dudar y, por lo tanto, permitir clasificar un hecho reflejado en la prensa dentro de varios géneros ese contenido.

Hemos descartado incluir las cartas al director en nuestro análisis por no considerarse un género periodístico a pesar de ser textos incluidos en la prensa. “Parece un tanto arriesgado considerarlo un género periodístico, ya que son textos que están escritos por

²⁴ Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada.

personas ajenas a la actividad profesional de la información, y, por tanto, no están sujetos a las normas estilísticas propias del periodismo”²⁵.

6.5. Definición de la muestra de estudio

Las muestras que hemos utilizado para realizar nuestro trabajo han sido las ediciones elegidas de *El País* y el *ABC*, los dos únicos periódicos generalistas de tirada nacional que se han editado las todas las épocas que abarca nuestra investigación.

Para la elección de los días de análisis hemos tenido en cuenta criterios similares que garantizaran igualdad de condiciones en todas las leyes. Así, hemos realizado el estudio marcando como referencia la aprobación de los proyectos de ley de estas leyes en el Congreso de los Diputados, considerando de especial relevancia los siguientes periodos:

Tabla 6.2. Selección de proyectos de ley y fechas de aprobación.

Leyes	Fecha de aprobación
Proyecto de Ley de Despenalización Parcial del Aborto	6 de octubre de 1983
Proyecto de Ley Orgánica de Salud Sexual e interrupción Voluntaria del Embarazo	17 de diciembre de 2009
Anteproyecto de Ley Orgánica de protección de la vida del concebido y derechos de la mujer embarazada	11 de febrero de 2014.
Proposición de Ley Orgánica para reforzar la protección de las menores y mujeres con capacidad modificada judicialmente en la interrupción voluntaria del embarazo	16 de julio de 2015.
Proyecto de Ley del Divorcio	7 de abril de 1981
Proyecto de Ley por la que se modifica el Código Civil en Materia de Derecho a Contraer Matrimonio	21 de abril de 2005
Proyecto de Ley por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en Materia de Separación y Divorcio	(21 de abril de 2005).

Fuente: Elaboración propia

²⁵ YANES, R. (2004): *Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*, Madrid, Fragua, p. 251.

El análisis documental se ha realizado partiendo de estas fechas. Tomando como referencia el día de la aprobación de las iniciativas legislativas en el Congreso de los Diputados, hemos acotado nuestro estudio a la semana anterior y la posterior a esa fecha. De este modo, la recopilación de información queda de la siguiente manera:

Tabla 6.3. Periodos de análisis.

Periódicos	Rango de estudio	<i>ABC</i>	<i>El País</i>
1ª Ley del aborto	(29/09/1983- 13/10/1983)	15 días	15 días
2ª Ley del aborto	(10/12/2009-24/12/2009)	15 días	15 días
3ª Ley del aborto	(04/02/2014-18/02/2014)	15 días	15 días
4ª Ley del aborto	(09/07/2015-23/07/2015)	15 días	15 días
1ª ley divorcio	(31/03/1981-14/04/1981) (Los lunes comprendidos en este periodo no se edita prensa)	13 días	13 días
2ª Ley divorcio	(14/04/2005-28/04/2005)	15 días	15 días
Ley matrimonio homosexual	(14/04/2005-28/04/2005)	15 días	15 días
TOTAL		206 periódicos	

Fuente: Elaboración propia

Hay que señalar que no todos los días hay informaciones recogidas en ambos periódicos sobre algunas de las leyes que estudiamos. Hemos empleado la búsqueda digital avanzada de las hemerotecas de los dos diarios sometidos a análisis.

En los criterios de búsqueda hemos empleado los términos que consideramos clave para localizar la información relacionada con nuestro objeto de estudio: ‘aborto’, ‘divorcio’ y ‘matrimonio’. Por otra parte, hemos excluido de nuestro análisis el espacio reservado para información provincial y local.

Las palabras clave y conceptos que emplearemos en nuestra investigación serán objetos a partir de los cuales investigaremos unos marcos determinados. Pero antes vamos a describir el concepto básico de los términos ‘aborto’, ‘divorcio’ y ‘matrimonio’.

El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)²⁶, en su segunda acepción, define el aborto como la *interrupción del embarazo por causas naturales o deliberadamente provocadas. Puede constituir eventualmente un delito*.

El ‘divorcio’ es la *acción y efecto de divorciar o divorciarse*, dos acepciones que, según el DRAE, es la *obtención del divorcio legal de su cónyuge (dicho de una persona)*.

Por otra parte, para la DRAE el matrimonio es, según su primera acepción, *la unión de hombre y mujer concertada mediante determinados ritos o formalidades legales*. Como tercera acepción, se incluye la acepción *marido y mujer*.

El hecho de limitar nuestro cuerpo de análisis estos tres conceptos nos ayuda a localizar - entre la información vinculada a estos tres términos que recoge la prensa- aquellos atributos heterogéneos que consideramos necesarios para estudiar la connotación mediática del ‘aborto’, ‘divorcio’ y ‘matrimonio’.

Restringiendo la búsqueda a estos tres conceptos podemos obtener más información útil para nuestro estudio que si, por el contrario, concretáramos el rastreo de información al título original de cada proyecto de ley, debido a que en el tratamiento mediático de estas legislaciones priman las referencias al aborto, divorcio y matrimonio y no a su nombre exacto.

6.6. Categorización

La categorización es la operación de clasificación de los elementos de un conjunto a partir de ciertos criterios previamente definidos. Una vez tengamos hecho el registro de datos básicos de cobertura, realizaremos enfoques de categorización. Para ello vamos a interpretar los datos y los temas que hayamos obtenido a través del estudio de las interconexiones que haya entre ellos y que nos puedan aportar información sobre la imagen que se da a través de los cinco encuadres genéricos propuestos por Valkenburg, Semetko y De Vreese²⁷:

1. Encuadre conflicto: estudia los conflictos entre las partes o individuos.

²⁶ Diccionario de la lengua española RAE. Ed. 1994.

²⁷ VALKENBURG, P.; SEMETKO, H.; DE VREESE, C. (1999): The Effects of News Frames on Readers' Thoughts and Recall en *Communication Research*, 26, 550-569.

2. Encuadre interés humano: centrando la historia en un individuo como un ejemplo o enfatizando las emociones.
3. Encuadre responsabilidad: asignación de responsabilidades a instituciones políticas o individuos.
4. Encuadre de moral: aspectos relacionados con la moral del ser humano.
5. Encuadre consecuencias económicas: destacar las consecuencias económicas para las audiencias.

Esta clasificación responde a la necesidad generar definir un “repertorio estándar de indicadores analíticos de contenido que pueda ser usado para medir fiablemente la prevalencia de marcos comunes en las noticias (...) para estudiar la evolución de las noticias en el tiempo y las similitudes y diferencias en las formas en que la política y otros asuntos de importancia nacional e internacional son enmarcados en las noticias en diferentes países”²⁸.

Todos los pasos que hemos ido dando para elegir la información en la que se asienta nuestro estudio se han plasmado en el libro de códigos que hemos elaborado, donde se recoge toda la información que nos va a ser de utilidad para más tarde realizar el proceso de conclusiones.

Para cerciorarnos de la validez del libro de códigos, realizamos un pretest con los grupos 1, 12 y 14, correspondientes a cada una de las materias que analizamos. Los resultados corroboraron que el modelo de codificación se adaptaba al objeto de estudio, por lo que continuamos nuestro trabajo con el resto de legislaciones.

6.7. Libro de códigos

1. Datos de identificación básicos.

1.0 Número de unidad de análisis de registro (cada una lleva asociado un número de identificación).

1.1 Fecha de publicación (dd/mm/aa).

²⁸ Op. cit. SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M., 2000, 91-109.

1.2 Periódico

2. Descripción formal

2.1 Posición

1= A favor del proyecto de ley o de su aplicación

2= En contra del proyecto de ley de manera global o parcial

2.2 Ubicación

1= Portada

2= Interior. Página par

3= Interior. Página impar

4= Contraportada

5= Doble página

2.3 Fuente (indicar el nombre)

2.3.1 Profesión

1= Representante de la Iglesia o asociaciones católicas

2= Miembro asociación feminista

3= Miembro asociación pro vida

4= Persona vinculada al mundo de la cultura

5= Experto en derecho

6= Periodista/ agencia/ sin firma

7= Político del PSOE

8= Político del PP/Alianza Popular/Coalición Democrática

9= Político del Partido Comunista/ Izquierda Unida/Grupo Mixto/
Izquierda Verde

- 10= Político de Partido Nacionalista Vasco
- 11= Experto sanitario
- 12= Político del Grupo Centrista/UCD/CDS
- 13= Político del grupo parlamentario Minoría Catalana, CiU
- 14= Ciudadanos homosexuales o activistas homosexuales
- 15= Bloque Nacionalista Galego
- 16= Convergència Democràtica de Catalunya
- 17= Unió Democràtica de Catalunya
- 18= ERC
- 19= Coalición Canaria
- 20= Miembro asociaciones de familia
- 21= Otros
- 22= Colectivos pro aborto
- 23= UPN
- 24= UPyD
- 25= Amaiur

3. Información

3.1 Género de la información

- 1= Noticia
- 2= Crónica
- 3= Entrevista
- 4= Otros

3.2 Sección

1= Nacional

2=Internacional

3= Sociedad

4= Religión

5= Otra

4. Opinión

4.1 Editorial

1= Editorial analítico o informativo

2= El editorial instructivo

3= El editorial predictivo

4= El editorial combativo

5= El editorial apologético

6= El editorial como manifiesto

4.2 Otros géneros

1= Columna

2= Artículo

5. Imágenes

5.1 Fotografía

5.1.1 Análisis pre-iconográfico

1= Aparecen personas

2= Aparecen objetos

5.1.2 Análisis iconográfico

1= Gestos violentos

2= Gestos pacíficos

3= Aparecen carteles

5.1.3 Análisis iconológico

5.1.3.1 Suceso

1= Situado en la calle.

2= Interior de alguna institución, sede o domicilio.

5.1.3.2 Protagonistas

1= Políticos

2= Colectivos sociales

3= Mujeres

4= Jóvenes

5= Miembros de la Iglesia

6= Colectivos de la Iglesia

7= Profesionales o expertos

5.2 Otros

1= Grafismo

2= Viñeta

3= Sin imagen

6. *Framing* del acontecimiento narrado (Semetko y Valkenburg, (2000).

6.1 Encuadre de atribución de responsabilidad

1= En el relato se sugiere que los gobiernos y las administraciones públicas tienen la responsabilidad de resolver o aliviar el problema.

2= En el relato se hace referencia a la Justicia como responsable del problema abordado.

3= En el relato se sugiere que los individuos o grupo sociales deben tener responsabilidad de poder elegir sobre el asunto.

4= En el relato se sugieren soluciones al problema o tema abordado.

5= En el relato se sugiere que el problema requiere una acción urgente.

6= En el relato se hace referencia a las normas constitucionales que marcan las pautas de acción sobre ese tema

7= En el relato se hace referencia a la ciencia o la etimología.

6.2 Encuadre de interés humano

1= En el relato se muestra la cara humana de un tema o problema; con un ejemplo concreto del problema se presenta su lado más emocional.

2= En el relato se utilizan adjetivos o descripciones personales que generan sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión.

3= En el relato se enfatiza cómo los individuos o los grupos están afectados por el tema o problema abordado.

4= El relato se adentra en las vidas privadas o personales de los actores protagonistas.

5= El relato contiene información visual que podría generar sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión.

6.3 Encuadre de conflicto

1= En el relato se alude a cierto desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones.

2= En el relato se informa de que un partido político, individuo, grupo o institución realiza algún tipo de reproche a otro partido político, individuo, grupo o institución.

3= El relato alude dos o más posturas diferentes en torno al tema o problema abordado.

4= El relato se construye haciendo alusión a ganadores y vencidos.

5= El relato se basa en las críticas de la gestión mediática que ofrece el gobierno sobre el asunto.

6.4 Encuadre de moralidad

1= El relato contiene algún tipo de mensaje ético o moral.

2= El relato hace referencia a Dios, o a otros principios religiosos.

3= El relato ofrece prescripciones sociales específicas que indican cómo se debería actuar.

6.5 Encuadre de consecuencias económicas

1= En el relato se alude a los costes asociados al tema o problema abordado.

2= En el relato se hace referencia a las consecuencias económicas por seguir o no una determinada acción.

6.8. Grupos de análisis

Para trabajar todas las leyes que analizamos con el libro de códigos que hemos elaborado, hemos clasificado la información en varios grupos, correspondientes a cada una de las leyes analizadas y al periódico correspondiente:

Tabla 6.4. Renombramiento de legislaciones.

Grupo 1	1ª legislación del aborto en <i>ABC</i> .
Grupo 2	1ª legislación del aborto en <i>El País</i> .
Grupo 3	2ª legislación del aborto en <i>ABC</i> .
Grupo 4	2ª legislación del aborto en <i>El País</i> .
Grupo 5	3ª legislación del aborto en <i>ABC</i> .
Grupo 6	3ª legislación del aborto en <i>El País</i> .
Grupo 7	4ª legislación del aborto en <i>ABC</i> .
Grupo 8	4ª legislación del aborto en <i>El País</i> .
Grupo 9	1ª legislación del divorcio en <i>ABC</i> .
Grupo 10	1ª legislación del divorcio en <i>El País</i> .
Grupo 11	2ª legislación del divorcio en <i>ABC</i> .
Grupo 12	2ª legislación del divorcio en <i>El País</i> .
Grupo 13	Legislación del matrimonio homosexual en <i>ABC</i> .
Grupo 14	Legislación del matrimonio homosexual en <i>El País</i> .

Fuente: Elaboración propia

Para la comprobación de la validez del análisis de contenido hemos realizado un pretest que confirma la validez del método aplicado porque cumple con los criterios requeridos para obtener resultados científicos partiendo de los parámetros seleccionados.

Finalmente, con el proceso elaborado para obtener la información a través del libro de códigos que hemos desarrollado, junto con los diversos conceptos teóricos que hemos apuntado en nuestra tesis, basándonos en la teoría del *framing*, estaremos en disposición de elaborar las conclusiones pertinentes para nuestro estudio, respondiendo a la hipótesis y variables que hemos planteado.

CAPÍTULO 7

Resultados

Introducción

Este capítulo recoge los resultados del análisis de contenido que hemos realizado. El criterio que hemos tenido en cuenta para seleccionar los datos es haber incluido aquellos que responden a los objetivos e hipótesis planteadas en la tesis doctoral.

Respecto a la presentación de los resultados, nos hemos limitado exclusivamente a recoger los datos obtenidos, de la manera más aséptica posible y evitando entrar en valoraciones y opiniones, algo que hacemos en las conclusiones.

Para la elaboración de este capítulo, hemos elaborado seis apartados que recogen el análisis de los textos periodísticos en función de las secciones que hemos marcado en el libro de códigos.

Dentro de cada sección hemos elaborado una serie de tablas y gráficos que recogen los resultados obtenidos en función de las unidades de registro (que, como hemos visto previamente, son los textos más pequeños con significado propio), aunque en el primer apartado señalamos las unidades de contexto (textos que engloban varias unidades de registro y que están relacionadas porque conforman otro texto más amplio) que hay en los periódicos analizados.

En algunos casos nos hemos referido al nombre de los periódicos, a los grupos de estudio de cada ley y cada diario y a los diversos conceptos a los que se refiere el libro de códigos, pero en otras ocasiones hemos hecho referencia a la numeración correspondiente de la codificación, que viene descrita anteriormente.

En este capítulo recogemos el análisis de los resultados del estudio de las diversas leyes y periódicos que se han empleado en la tesis doctoral, y para ello hemos cruzado los datos obtenidos.

De los resultados que hemos obtenido no podemos establecer las mismas afirmaciones que Valera¹. Como hemos señalado en la introducción, esta autora defiende que el discurso partidista del PP y el PSOE es adoptado en abundancia por los medios de comunicación tradicionales, entre los que están *ABC* y *El País*. La consecuencia de este hecho es el enmarcado del espacio mediático en dos esferas ideológicas dominantes.

En este sentido, los resultados de esta tesis sí reflejan que *El País* ha adoptado el discurso del PSOE en lo que se refiere a las leyes sometidas al análisis. También se observa que el espacio público español de la prensa tradicional está claramente alineado en dos esferas ideológicas: la progresista y la conservadora. Pero, según este estudio, *ABC* no adopta el discurso partidista del Partido Popular.

7.1. Datos generales

En este apartado vamos a revisar los datos generales extraídos del análisis, es decir, el número de unidades de contexto y de registro que hay en cada uno de los géneros periodísticos de cada grupo que hemos estudiado.

Asimismo, en este epígrafe también aparece el número de editoriales de cada uno de los tipos en los que hemos diferenciado este género y el análisis pre-iconográfico, el iconográfico y el iconológico de las fotografías.

¹ VALERA, L. (2014): *Agenda Building y frame promotion en la campaña electoral de 2011. La circulación del discurso entre partidos, medios y ciudadanos*, Universidad de Valencia.

Tabla 7.1. Unidades de contexto y de registro.

	Unidades de contexto	Unidades de registro
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	29	45
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	26	37
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	32	53
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	19	22
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	22	30
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	30	48
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	9	16
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	5	5
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	17	27
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	13	15
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	3	4
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	9	21
Grupo 13 (mat. homosexual <i>ABC</i>)	39	56
Grupo 14 (mat. homosexual <i>El País</i>)	38	68
TOTAL	291	379

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla refleja el número total de unidades de registro y de contexto que hay de cada uno de los grupos que conforman el análisis. Para el estudio de la mayor parte de datos que hemos elaborado, hemos empleado las unidades de registro porque, siguiendo las indicaciones del capítulo sobre metodología, reflejan detalladamente las características de los textos.

Los grupos 13 y 14 (matrimonio homosexual) son los que más carga periodística tienen, tanto en unidades de registro como de contexto. Siguiendo con esta ley, *El País* tiene menos unidades de contexto pero más unidades de registro que *ABC*.

Tabla 7.2. Editoriales.

	Editoriales	%
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	1	3,45
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	1	3,85
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	2	6,25
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	1	5,26
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	5	22,73
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	1	3,33
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	1	11,11
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0,00
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	1	5,88
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	1	7,69
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0,00
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	1	11,11
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	3	7,69
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	4	10,53

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7.1.2 observamos el número de editoriales que hay en cada grupo analizado y el porcentaje que representan en función del número total de unidades de contexto.

El grupo 5 es el que más editoriales recoge (y el que tiene mayor porcentaje en función de las unidades de contexto) y los grupos 8 y 11 no tienen ningún editorial.

Destaca que el matrimonio homosexual es de las leyes que más editoriales acaparan en la prensa analizada, sin embargo ni en *ABC* ni en *El País* representan un alto porcentaje en función del número total de unidades de contexto si se compara con el resto de leyes.

Tabla 7.3. Tipo de editoriales.

Editoriales	Tipo 1 Analítico	Tipo 2 Instructivo	Tipo 3 Predictivo	Tipo 4 Combativo	Tipo 5 Apologético	Tipo 6 Manifiesto
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	1	0	0	0	0	0
Grupo 2 (1ª aborto <i>EP</i>)	0	1	0	0	0	0
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	0	2	0	0	0	0
Grupo 4 (2ª aborto <i>EP</i>)	0	1	0	0	0	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	2	1	0	1	1	0
Grupo 6 (3ª aborto <i>EP</i>)	0	1	0	0	0	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	1	0	0	0	0	0
Grupo 8 (4ª aborto <i>EP</i>)	0	0	0	0	0	0
G. 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	1	0	0	0	0	0
G. 10 (1ª divorcio <i>EP</i>)	1	0	0	0	0	0
G. 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0	0	0	0
G. 12 (2ª divorcio <i>EP</i>)	0	1	0	0	0	0
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	0	3	0	0	0	0
Grupo 14 (<i>EP</i> mat. homosexual)	0	3	1	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

El tipo de editorial más habitual tanto en los grupos del diario *ABC* como en los de *El País* es el 2, correspondiente al editorial instructivo, seguido, en el caso de *ABC*, del analítico (tipo 1).

Destaca que el mayor número de editoriales del mismo tipo que hay en ambos periódicos corresponden a la ley de matrimonio homosexual.

Tabla 7.4. Columnas.

	Columnas (contexto)	%	Columnas (registro)	%
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	5	17,24	5	11,11
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	4	15,38	4	10,81
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	3	9,38	3	5,66
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	2	9,09	2	6,67
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	1	3,33	1	2,08
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	1	11,11	1	6,25
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	5	29,41	5	18,52
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	1	7,69	1	6,67
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	2	22,22	2	9,52
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	11	28,21	11	19,64
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	5	13,16	5	7,35

Fuente: Elaboración propia

En la tabla número 7.1.4 se observa que el mayor número de columnas aparece en el grupo 13 (ley del matrimonio homosexual en *ABC*), en función de las unidades de registro. Sin embargo, el grupo en el que hay más columnas en función del total de unidades de registro es en el 9.

La segunda y cuarta ley del aborto en *El País*, y la segunda ley del divorcio en *ABC* no tienen ninguna columna.

Tabla 7.5. Artículos.

	Artículos (contexto)	%	Artículos (registro)	%
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	3	10,34	3	6,67
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	8	30,77	8	21,62
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	5	15,63	6	11,32
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	8	42,11	8	36,36
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	4	18,18	4	13,33
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	8	26,67	8	16,67
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	1	11,11	1	6,25
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	2	11,76	2	7,41
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	4	30,77	4	26,67
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	1	11,11	1	4,76
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	4	10,26	4	7,14
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	4	10,53	4	5,88

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la aparición de artículos, se observa que los grupos 2 y 6 son los que más tienen en términos absolutos. En términos porcentuales, es el 4, tanto en unidades de contexto como de registro. Todos estos grupos corresponden al diario *El País*.

Los grupos que no tienen ningún artículo son el 8 y el 11.

El porcentaje de unidades de registro de las dos primeras leyes del aborto es muy superior en *El País* respecto a *ABC*.

Tabla 7.6. Noticias.

	Noticias (contexto)	%	Noticias (registro)	%
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	6	20,69	6	13,33
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	8	30,77	8	21,62
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	13	40,63	20	37,74
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	5	26,32	6	27,27
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	6	27,27	7	23,33
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	10	33,33	10	20,83
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	4	80,00	4	80,00
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	5	29,41	5	18,52
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	3	23,08	3	20,00
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	2	22,22	5	23,81
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	7	17,95	8	14,29
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	11	28,95	21	30,88

Fuente: Elaboración propia

El grupo que más noticias recoge en función de las unidades de contexto es el 3, en términos absolutos, pero en porcentuales es el 8.

En cuanto a unidades de registro, el grupo que más noticias tiene en términos absolutos es el 14 y en términos porcentuales es el 8.

Los grupos 7 y 8, que analizan la misma ley, tienen una diferencia porcentual de un 80%, si bien es cierto que en términos absolutos el número de unidades tanto de contexto como registro la diferencia es de 4 (siendo el grupo 8 el que tiene 4 unidades y 0 el grupo 7).

Tabla 7.7. Crónicas.

	Crónica (contexto)	%	Crónica (registro)	%
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	6	20,69	17	37,78
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	5	19,23	14	37,84
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	4	12,50	15	28,30
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	2	10,53	4	18,18
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	3	13,64	8	26,67
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	5	16,67	20	41,67
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	4	44,44	11	68,75
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	4	23,53	13	48,15
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	3	23,08	5	33,33
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	2	66,67	3	75,00
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	2	22,22	11	52,38
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	10	25,64	22	39,29
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	5	13,16	21	30,88

Fuente: Elaboración propia

Atendiendo a las unidades de contexto, el grupo que más crónicas tiene es el 13 en términos absolutos y el 11 en porcentuales. Lo que respecta a las unidades de registro, ocurre lo mismo en términos porcentuales y absolutos. El único grupo que no tiene ninguna crónica es el 8.

Las tres primeras leyes del aborto tienen un número de unidades de contexto bastante parecido en ambos periódicos. También ocurre con la primera ley del divorcio.

Tabla 7.8. Entrevistas.

	Entrevista (contexto)	%	Entrevista registro	%
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	1	3,45	1	2,22
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	4	12,50	4	7,55
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	1	4,55	1	3,33
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	2	6,67	2	4,17
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	1	11,11	1	6,25
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	1	5,88	1	3,70
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	1	7,69	1	6,67
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	0	0,00	0	0,00
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	4	10,26	5	8,93
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	3	7,89	3	4,41

Fuente: Elaboración propia

Según se puede observar en la tabla 7.8.1, la mayoría de grupos que no tienen ninguna entrevista corresponden al diario *El País*. Los grupos que más entrevistas recogen (el 3 y el 13) son del diario *ABC*.

Los grupos que más porcentajes de entrevistas tienen respecto al número total de unidades de contexto son el 3 y el 7.

La segunda ley del divorcio (grupos 11 y 12) no tiene entrevistas ni en *ABC* ni en *El País*.

Tabla 7.9. Imágenes.

	Imágenes (contexto)	%	Imágenes (registro)	%
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	10	34,48	12	26,67
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	10	38,46	16	43,24
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	18	56,25	27	50,94
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	10	52,63	13	59,09
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	14	63,64	20	66,67
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	24	80	36	75
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	5	55,56	9	56,25
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	1	20	1	20
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	4	30,77	6	40
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	3	100	4	100
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	3	33,33	14	66,67
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	21	53,85	33	58,93
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	22	57,89	49	72,06

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de imágenes sobre las leyes del aborto y la ley de matrimonio homosexual tienen una presencia similar en *ABC* y *El País*. Esta ley es la que acapara más imágenes en ambos periódicos.

El grupo 9 no tiene ninguna imagen, mientras que en el grupo 11 todas las unidades de contexto (y por tanto, también las de registro) tienen imágenes. Ambos grupos corresponden a *ABC*.

Tabla 7.10. Distribución de imágenes.

	Imágenes (registro)	Fotografías	%	Grafismos	%	Viñetas	%
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	12	10	83,33	1	8,33	1	8,33
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	16	11	68,75	0	0	9	56,25
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	27	23	85,19	2	7,41	2	7,41
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	13	12	92,31	0	0	1	7,69
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	20	15	75	5	25	0	0
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	36	34	94,44	3	8,33	14	38,89
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	9	9	100	0	0	0	0
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	1	1	100	0	0	0	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0	0	0	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	6	6	100	0	0	0	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	4	4	100	0	0	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	14	10	71,43	4	28,57	0	0
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	33	31	93,94	1	3,03	1	3,03
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	49	39	79,59	7	14,29	3	6,12

Fuente: Elaboración propia

El número de fotografías es, en general, bastante superior al de viñetas y grafismos. Este hecho ocurre en ambos diarios, pero especialmente en *ABC*.

El grupo 9 es el único que no tiene ninguna imagen de ningún tipo. Atendiendo al número de imágenes en global, el grupo 14 es el que más tiene, seguido del 6; ambos grupos corresponden a *El País*.

Donde más viñetas y grafismos hay es en el diario *El País*.

Tabla 7.11. Análisis pre-iconográfico de fotografías.

	Aparecen personas	Aparecen objetos
Grupo 1 (1ª aborto ABC)	9	1
Grupo 2 (1ª aborto El País)	8	3
Grupo 3 (2ª aborto ABC)	16	7
Grupo 4 (2ª aborto El País)	11	1
Grupo 5 (3ª aborto ABC)	13	2
Grupo 6 (3ª aborto El País)	29	3
Grupo 7 (4ª aborto ABC)	9	0
Grupo 8 (4ª aborto El País)	1	0
Grupo 9 (1ª divorcio ABC)	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio El País)	6	6
Grupo 11 (2ª divorcio ABC)	2	2
Grupo 12 (2ª divorcio El País)	10	0
Grupo 13 (ABC mat. homosexual)	31	0
Grupo 14 (El País mat. homosexual)	39	0

Fuente: Elaboración propia

No hay fotografías ni en *El País* ni en *ABC* en las que aparezcan objetos como característica principal sobre la ley del matrimonio homosexual (grupos 13 y 14). El grupo con mayor número de unidades de registro en el que aparecen personas como elemento central de la imagen es el 14, seguido del 13.

Los grupos donde hay el mismo número de personas que de objetos como elementos centrales de las imágenes recogidas son el 10 y el 11.

Por otro lado, el grupo con mayor número de unidades de registro en el que aparecen objetos como elemento principal del análisis pre-iconográfico de las imágenes es el 3.

Tabla 7.12. Análisis iconográfico de las fotografías.

	Gestos violentos	Gestos pacíficos	Aparecen carteles
Grupo 1 (1ª aborto ABC)	3	4	3
Grupo 2 (1ª aborto El País)	7	0	4
Grupo 3 (2ª aborto ABC)	0	22	1
Grupo 4 (2ª aborto El País)	1	11	0
Grupo 5 (3ª aborto ABC)	15	3	0
Grupo 6 (3ª aborto El País)	5	22	6
Grupo 7 (4ª aborto ABC)	0	9	0
Grupo 8 (4ª aborto El País)	0	1	0
Grupo 9 (1ª divorcio ABC)	0	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio El País)	0	6	0
Grupo 11 (2ª divorcio ABC)	0	4	0
Grupo 12 (2ª divorcio El País)	9	1	0
Grupo 13 (ABC mat. homosexual)	0	25	6
Grupo 14 (El País mat. homosexual)	0	36	3

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de unidades de registro fotográficas recogen gestos pacíficos, que donde más abundan es en los grupos de la ley de matrimonio homosexual. La mayor parte de los gestos violentos aparecen en el grupo 5 y, en segundo lugar, en el 12.

Hay una gran diferencia proporcional entre el número de unidades de registro con gestos pacíficos entre los grupos de ABC y de El País, en función de cada ley.

En referencia a los carteles, hay que indicar que hay pocos. La mayoría están en el grupo 6 y en el 13.

Tabla 7.13. Análisis iconológico en función del suceso.

	Situado en la calle	Situado en interior
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	5	1
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	11	0
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	7	16
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	0	12
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	3	12
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	11	22
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	9
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	1
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	0	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	1	3
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	0	10
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	14	15
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)	4	34

Fuente: Elaboración propia

La primera ley del aborto se representa en las fotografías de los dos periódicos analizados situadas, principalmente, en la calle. Sin embargo, en el resto de leyes del aborto esto cambia y pasa a reflejarse en interiores de instituciones, sedes, domicilios, etc.

Las fotografías del grupo 13 recogen la ley del matrimonio homosexual de manera ecuánime la calle y los interiores, mientras que el grupo 14 prevalecen los interiores.

Tabla 7.14. Análisis iconológico en función del protagonista de la fotografía.

	Políticos	Colect. sociales	Mujeres	Jóv.	Miembros Iglesia	Colectivos Iglesia	Prof. o expertos
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	4	3	1	1	1	0	0
G. 2. 1ª aborto	0	1	9	0	0	1	0
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	10	0	1	7	3	1	1
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	7	0	0	1	4	0	0
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	11	1	0	0	2	0	1
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	17	6	3	4	2	0	2
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	9	0	0	0	0	0	0
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0	1
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0	0
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	5	0	0	0	0	0	1
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	4	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	9	0	0	0	0	1	0
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	3	5	0	0	6	16	1
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	5	7	9	0	0	17	0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7.1.14 hemos seleccionado los actores o fuentes con mayor representación en las fotografías de los grupos del análisis, según indicamos en las columnas.

La mayoría de las fotografías recogen imágenes de políticos en ambos periódicos. En *El País* aparecen más imágenes de mujeres que en *ABC*.

Los colectivos vinculados a la Iglesia tienen gran presencia en las fotografías de la ley del matrimonio homosexual.

7.2. Ubicación

En este apartado hemos estudiado, en primer lugar, la ubicación de las distintas unidades de registro dentro de los periódicos. Esto servirá para dar una idea general de dónde se encuentran los textos objetos del estudio.

Una vez realizado esto, hemos hecho tablas donde se recogen la ubicación del contenido periodístico analizado. Por un lado hemos recogido en una tabla la ubicación de los géneros informativos y mixtos, cuyas diferencias entre sí -según la opinión de diversos autores recogida en el capítulo de los géneros periodísticos- no están claramente definidas.

Por otro lado, hemos recogido en diversas tablas la ubicación de los géneros de opinión y de las imágenes aparecidas en los textos estudiados.

Tabla 7.15. Análisis de la ubicación de cada unidad de registro.

	Portada	Interior par	Interior impar	Contraportada	Doble	Total
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	3	14	28	0	0	45
G. 2. 1ª aborto	3	21	13	0	0	37
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	3	28	21	0	1	53
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	1	15	3	1	2	22
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	2	23	5	0	0	30
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	3	33	9	1	1	47
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	1	9	6	0	0	16
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	5	0	0	0	5
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	3	6	18	0	0	27
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	1	7	7	0	0	15
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	1	3	0	0	0	4
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	2	13	5	0	1	21
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	1	34	21	0	0	56
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	7	36	25	1	0	69

Fuente: Elaboración propia

ABC no tiene contraportadas, *El País* tiene tres. En ambas caras hay dos unidades, y son de *El País*.

El grupo 13 tiene una unidad de registro en portada mientras que el grupo 14 tiene siete.

El País tiene en todas las leyes más contenido periodístico en las páginas pares que en las impares, salvo en el grupo diez, que tiene las mismas.

El total de unidades de registro que resulta de la suma de la distinta ubicación de cada una de las unidades de registro varía ligeramente de la indicada en la tabla 1 porque no cuenta las unidades de registro en las que sólo hay fotografía, es decir, que no hay textos.

Tabla 7.16. Ubicación de los géneros informativos y mixtos.

	Portada	Interior par	Interior impar	Contraportada	Doble	Total
G. 1. 1ª aborto ABC	3	9	24	0	0	36
G. 2. 1ª aborto	3	12	8	0	0	23
G. 3. 2ª aborto ABC	3	22	16	0	1	42
G. 4. 2ª aborto EP	1	9	2	0	0	12
G. 5. 3ª aborto ABC	2	15	3	0	0	20
G. 6 3ª aborto EP	3	27	6	0	0	36
G. 7. 4ª aborto ABC	1	7	5	0	0	13
G. 8. 4ª aborto EP	0	5	0	0	0	5
G. 9. 1ª divorcio ABC	3	4	12	0	0	19
G.10. 1ª divorcio EP	1	3	5	0	0	9
G. 11. 2ª divorcio ABC	1	3	0	0	0	4
G. 12. 2ª divorcio EP	2	10	4	0	1	17
G. 13. Mat. hom. ABC	1	23	13	0	0	37
G. 14. Mat. hom. EP	7	27	22	0	0	56

Fuente: Elaboración propia

En ninguna de las contraportadas de ningún grupo hay información. El grupo con más textos periodísticos en la portada es el 14, con una enorme diferencia con el 13 (ya que ambos grupos tratan la misma ley).

Los grupos de *El País* tienen más textos periodísticos en las páginas pares. Los de *ABC* también, pero por menor diferencia. El grupo con más apariciones en las páginas impares es el 1.

La primera ley del aborto tiene las mismas apariciones en los grupos 1 y 2.

Tabla 7.17. Ubicación en la que se encuentran los editoriales.

	Portada	Interior par	Interior impar	Contraportada	Doble	Total
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	0	0	1	0	0	1
G. 2. 1ª aborto	0	1	0	0	0	1
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	0	2	0	0	0	2
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	0	1	0	0	0	1
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	0	5	0	0	0	5
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	0	1	0	0	0	1
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	0	1	0	0	0	1
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	0	1	0	0	0	1
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	0	1	0	0	0	1
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	0	1	0	0	0	1
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	0	3	0	0	0	3
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	0	3	1	0	0	4

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 7.2.3, todos los editoriales que se incluyen en el estudio, menos dos, están en páginas pares. Los que están en impares son los grupos 1 y 14.

Tabla 7.18. Ubicación en la que se encuentran las columnas.

	Portada	Interior par	Interior impar	Contraportada	Doble	Total
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	0	3	2	0	0	5
G. 2. 1ª aborto	0	3	1	0	0	4
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	0	1	2	0	0	3
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	0	2	0	0	0	2
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	0	1	0	0	0	1
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	0	0	1	0	0	1
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	0	1	4	0	0	5
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	0	1	0	0	0	1
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	0	2	0	0	0	2
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	0	4	7	0	0	11
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	0	4	0	1	0	5

Fuente: Elaboración propia

En los grupos de la ley del matrimonio homosexual, hay más columnas en páginas pares que en impares, al igual que en los correspondientes a la primera ley del aborto.

Los grupos 9 y 13 (ambos de *ABC*) tienen proporcionalmente bastantes más columnas en páginas impares que en pares. Por otra parte, hay una columna en la contraportada en el grupo 14.

Tabla 7.19. Ubicación en la que se encuentran los artículos.

	Portada	Interior par	Interior impar	Contraportada	Doble	Total
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	0	2	1	0	0	3
G. 2. 1ª aborto	0	5	4	0	0	9
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	0	3	3	0	0	6
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	0	4	1	1	2	8
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	0	2	2	0	0	4
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	0	4	3	0	1	8
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	0	1	0	0	0	1
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	2	0	0	2
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	0	2	2	0	0	4
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	0	0	1	0	0	1
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	0	3	1	0	0	4
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	0	2	2	0	0	4

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla número 7.2.5, la mayoría de artículos se localizan en páginas pares, tanto en los grupos de *ABC* como de *El País*.

El País es el único diario que tiene un artículo en contraportada (grupo 4). Ambos periódicos tienen dos grupos con los mismos artículos en páginas pares y en impares.

La mayor diferencia entre artículos en página par e impar está en el grupo 4, habiendo un total de cuatro en el primer caso frente a uno en el segundo.

Tabla 7.20. Ubicación en la que se encuentran las fotografías.

	Portada	Interior par	Interior impar	Contraportada	Doble	Total
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	0	0	9	0	0	9
G. 2. 1ª aborto	1	2	3	0	0	6
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	0	16	0	0	0	16
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	0	8	2	0	1	11
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	0	14	0	0	0	14
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	1	20	6	1	0	28
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	1	8	0	0	0	9
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	1	0	0	0	1
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	0	2	4	0	0	6
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	1	3	0	0	0	4
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	0	9	0	0	0	9
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	0	22	9	0	0	31
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	3	21	15	0	0	39

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las fotografías están en las páginas pares, salvo en dos grupos del diario *El País*.

En las portadas hay varias fotografías, tanto de *ABC* como de *El País*. Este último periódico tiene el mayor número de fotografías ubicadas en portada en el grupo 14.

En lo que respecta a contraportadas, sólo hay una en *El País* (grupo 6); y atendiendo a las páginas dobles, hay una en el grupo 4.

Tabla 7.21. Ubicación en la que se encuentran los grafismos.

	Portada	Interior par	Interior impar	Contraportada	Doble	Total
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	0	0	1	0	0	1
G. 2. 1ª aborto	0	0	0	0	0	0
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	0	2	0	0	0	2
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	0	3	2	0	0	5
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	0	1	2	0	0	3
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	0	0	3	0	0	3
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	0	1	0	0	0	1
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	0	7	0	0	0	7

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 7.2.7, el grupo en el que más diferencia hay entre los grafismos que se localizan en páginas pares e impares es el 14, donde hay siete en las primeras y ninguna en las segundas. En el grupo 12, los tres grafismos que hay están en páginas impares.

No hay grafismos en portadas, contraportadas ni páginas dobles de ningún periódico.

Tabla 7.22. Ubicación en la que se encuentran las viñetas.

	Portada	Interior par	Interior impar	Contraportada	Doble	Total
G. 1. 1ª aborto ABC	0	1	0	0	0	1
G. 2. 1ª aborto	0	0	4	0	0	4
G. 3. 2ª aborto ABC	0	2	0	0	0	0
G. 4. 2ª aborto EP	0	0	0	0	0	0
G. 5. 3ª aborto ABC	0	0	0	0	0	0
G. 6 3ª aborto EP	0	11	1	0	0	12
G. 7. 4ª aborto ABC	0	0	0	0	0	0
G. 8. 4ª aborto EP	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio ABC	0	0	0	0	0	0
G.10. 1ª divorcio EP	0	0	0	0	0	0
G. 11. 2ª divorcio ABC	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio EP	0	0	0	0	0	0
G. 13. Mat. hom. ABC	0	1	0	0	0	1
G. 14. Mat. hom. EP	0	2	1	0	0	3

Fuente: Elaboración propia

Como observamos en la tabla 7.2.8, en el grupo 6 hay 11 viñetas en páginas pares y una en impar. En las dos primeras leyes del aborto, *ABC* tiene viñetas en páginas pares y *El País* en impares.

No hay viñetas en portadas, contraportadas ni páginas dobles.

Sobre la ley del aborto, tanto *El País* como *ABC* tienen más viñetas en páginas pares que en impares.

7.3. Secciones

En este apartado vamos a incluir las secciones en las que se encuentran las imágenes y los textos informativos y mixtos, denominados así en función de las clasificaciones que hemos visto en el capítulo de géneros periodísticos.

Las tablas que hemos insertado en este epígrafe recogen algunas de las secciones más comunes de la prensa española.

Hemos descartado, por lo tanto, aquellas secciones que tienen pocos o ningún texto de interés para este estudio y también hemos descartado el análisis de la opinión, ya que la mayoría de este tipo de textos aparece en la sección propia de opinión (ver anexo).

Tabla 7.23. Localización de cada género en la sección de Nacional.

	Noticia	Crónica	Entrevista	Grafismo	Viñeta	Fotografía
G. 1. 1ª aborto ABC	4	6	1	1	0	1
G. 2. 1ª aborto	0	6	0	0	0	0
G. 3. 2ª aborto ABC	13	15	2	0	1	15
G. 4. 2ª aborto EP	0	0	0	0	0	0
G. 5. 3ª aborto ABC	4	8	0	4	0	10
G. 6 3ª aborto EP	2	15	0	0	13	14
G. 7. 4ª aborto ABC	0	2	2	0	0	4
G. 8. 4ª aborto EP	4	0	0	0	0	1
G. 9. 1ª divorcio ABC	3	13	0	0	0	0
G.10. 1ª divorcio EP	2	2	0	0	0	2
G. 11. 2ª divorcio ABC	0	1	0	0	0	1
G. 12. 2ª divorcio EP	0	0	0	0	0	0
G. 13. Mat. hom. ABC	0	0	0	0	0	0
G. 14. Mat. hom. EP	2	1	0	0	1	3

Fuente: Elaboración propia

La mayoría del contenido periodístico analizado en la sección de Nacional son crónicas. En tres de las cuatro leyes del aborto, *ABC* tiene más fotografías en esta sección que *El País*.

Las únicas entrevistas que hay en esta sección corresponden a *ABC*, y más concretamente a leyes del aborto.

Solo aparecen grafismos en *ABC*, mientras que las viñetas hay en ambos, especialmente en el grupo 6.

Tabla 7.24. Localización de cada género en la sección de Internacional.

	Noticia	Crónica	Entrevista	Grafismo	Viñeta	Fotografía
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 2. 1ª aborto	0	0	0	0	5	4
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	0	0	1	0	0	1
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	2
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	0	0	1	0	0	1
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	1	0	0	0	0	0
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	2	0	1	0	0	4

Fuente: Elaboración propia

La tabla 7.3.2 refleja que *El País* es el único periódico con noticias y grafismos en Internacional y tiene más fotografías en esta sección que *ABC*.

El grupo que más contenido periodístico tiene en Internacional es el 2, seguido del 14; ambos pertenecen al diario *El País*.

La única ley de *ABC* que tiene contenido periodístico en la sección de Internacional es la tercera legislación del aborto.

Tabla 7.25. Localización de cada género en la sección de Sociedad.

	Noticia	Crónica	Entrevista	Grafismo	Viñeta	Fotografía
G. 1. 1ª aborto ABC	0	8	0	0	0	0
G. 2. 1ª aborto	2	1	0	0	1	1
G. 3. 2ª aborto ABC	1	0	1	0	0	1
G. 4. 2ª aborto EP	5	4	0	0	1	10
G. 5. 3ª aborto ABC	3	0	0	0	0	2
G. 6 3ª aborto EP	7	4	2	2	0	14
G. 7. 4ª aborto ABC	0	9	0	0	0	5
G. 8. 4ª aborto EP	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio ABC	0	0	1	0	0	0
G.10. 1ª divorcio EP	0	0	0	0	0	0
G. 11. 2ª divorcio ABC	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio EP	4	10	0	4	0	9
G. 13. Mat. hom. ABC	5	14	4	0	0	21
G. 14. Mat. hom. EP	10	20	0	7	0	29

Fuente: Elaboración propia

El género que más se repite en la sección de Sociedad es la fotografía, especialmente en los grupos de *El País*. La ley más presente en Sociedad es la del matrimonio homosexual.

Dos de las leyes del aborto tienen más contenido periodístico en *ABC* y las otras dos en *El País*. Respecto al divorcio, apenas hay contenido periodístico en la primera ley, salvo una unidad de registro en *ABC*; y sobre la segunda ley, hay bastante presencia de esta legislación en *El País*.

Tabla 7.26. Localización de cada género en la sección de Religión.

	Noticia	Crónica	Entrevista	Grafismo	Viñeta	Fotografía
G. 1. 1ª aborto <i>ABC</i>	1	0	0	0	0	0
G. 2. 1ª aborto	0	0	0	0	0	0
G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 4. 2ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 6 3ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 7. 4ª aborto <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 8. 4ª aborto <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G.10. 1ª divorcio <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 11. 2ª divorcio <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0
G. 13. Mat. hom. <i>ABC</i>	0	0	0	0	0	0
G. 14. Mat. hom. <i>EP</i>	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

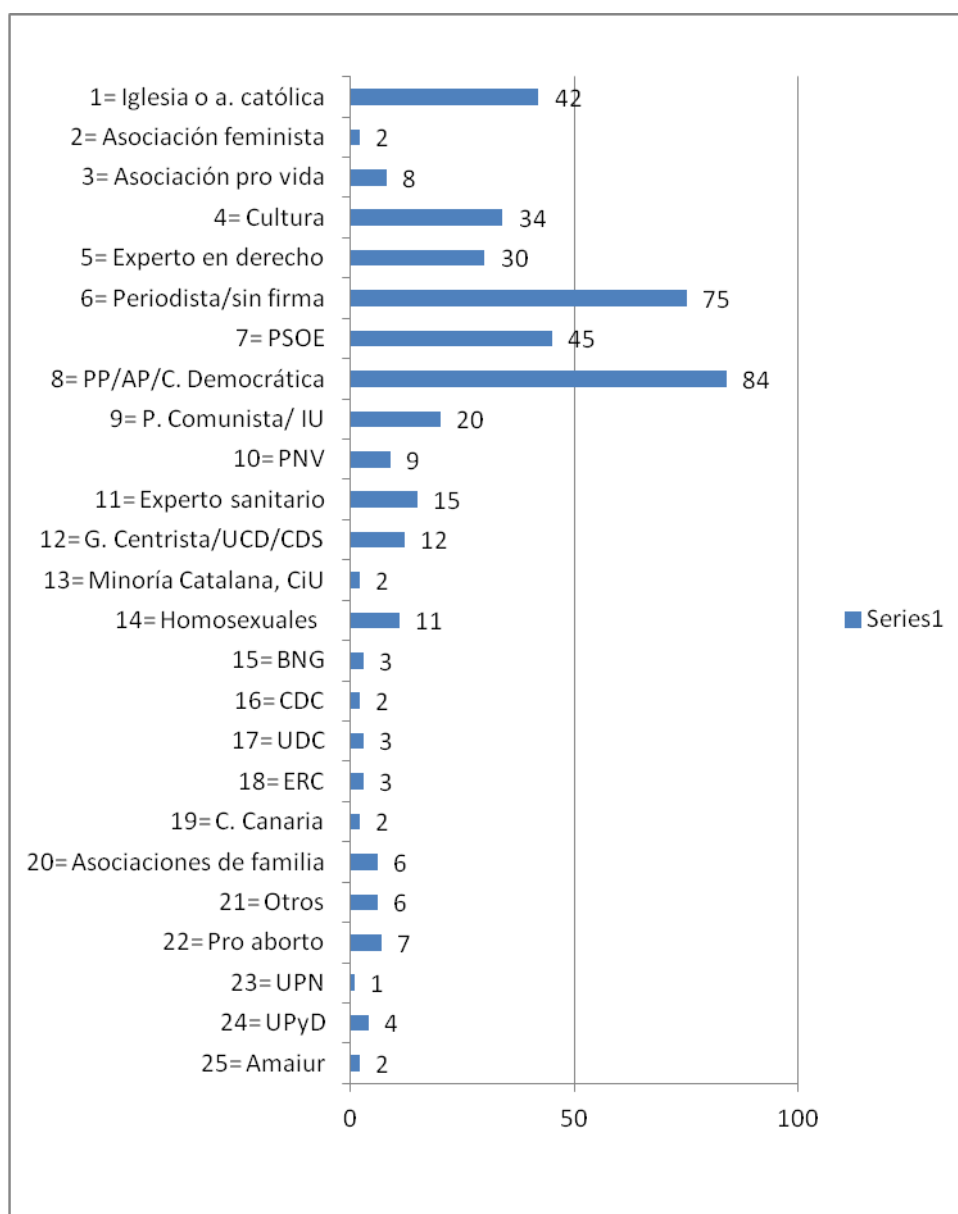
Como vemos en la tabla 7.3.4 apenas hay menciones sobre las leyes analizadas en la sección de Religión, salvo una unidad de registro que aparece en el grupo 1.

7.4. Declaraciones

Las tablas y gráficos que incluimos en este apartado recogen el número de declaraciones (representantes políticos, sociales, periodistas, especialistas en diversas materias...) que hay de cada uno de los grupos que hemos estudiado.

En primer lugar hemos indicado el número total de declaraciones que hay en todos los grupos. En el resto de tablas destacamos solo las fuentes que aparecen en los periódicos en cada una de las leyes analizadas.

Gráfico 7.1. Número total de declaraciones recogidas en el análisis.



Fuente: Elaboración propia

Este gráfico representa el número de declaraciones recogidas (las columnas) de cada fuente. La mayoría de estas fuentes aparecen parcialmente en el estudio, puesto que se trata de partidos políticos que no han tenido representación en todo el periodo analizado o porque se trata de asociaciones o instituciones vinculadas a algunos de los temas que se estudian (aborto, divorcio y matrimonio) pero no del resto.

La fuente que más aparece en el estudio es la 8, seguida de la 6, la 7 y la 1.

Destaca que el PSOE no es la fuente que más aparece en la prensa, a pesar de que es el partido que más leyes de las que analiza este estudio ha impulsado. También destaca que la Iglesia es una de las fuentes que más aparece, muy por encima de otros organismos y colectivos.

Tabla 7.27. Declaraciones sobre la primera ley aborto.

Fuente	Grupo 1 1ª aborto <i>ABC</i>	Grupo 2 1ª aborto <i>El País</i>
1= Iglesia o asoc. católica	3	1
2= Asociación feminista	1	1
3= Asociación pro vida	4	0
4= Cultura	0	9
5= Experto en derecho	4	2
6= Periodista/ agencia/ sin firma	7	6
7= PSOE	4	4
8= PP/AP/C. Democrática	9	5
9= P. Comunista/ IU	5	4
10= PNV	1	0
11= Experto sanitario	2	0
12= Grupo Centrista / UCD / CDS	1	0
13= Minoría Catalana, CiU	1	0
21= Otros	0	2
22= Colectivos pro aborto	2	4

Fuente: Elaboración propia

Según recoge la tabla 7.4.2, la fuente 8 es la que más aparece en esta ley en el grupo 1, mientras que en el grupo 2 es la fuente número 4 (cultura). Además, la fuente número 3 aparece cuatro veces en el grupo 1 y ninguna en el 2.

Destaca la fuente número 4, que aparece nueve veces en el grupo 2 y ninguna en el 1.

En *ABC* hay más apariciones la Iglesia Católica, asociaciones pro vida, expertos en derecho y expertos sanitarios. Hay más unidades de registro del Partido Comunista en *ABC* que en *El País*.

Tabla 7.28. Declaraciones sobre la segunda ley del aborto.

Fuente	Grupo 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	Grupo 4. 2ª aborto <i>EP</i>
1= Iglesia o asoc. católica	9	4
3= Asociación pro vida	2	0
4= Cultura	4	3
5= Experto en derecho	5	0
6= Periodista/ ag. / sin firma	4	6
7= PSOE	2	1
8= PP/AP/C. Democrática	8	3
9= P. Comunista/ IU	2	1
10= PNV	2	1
11= Experto sanitario	6	1
17= UDC	1	0
18= ERC	1	0
20= Asociaciones de familia	2	0
23= UPN	1	0
24= UPyD	1	1

Fuente: Elaboración propia

La tabla 7.4.3 indica que el grupo 3 tiene más del doble de referencias de la fuente número 1, 8 y 11. El grupo 4 tampoco recoge ninguna declaración de la fuente 5, frente a 5 unidades de registro del grupo 3.

El grupo 4 solo tiene más referencias periodísticas que el 3 en la fuente número 6, es decir, que la única fuente que aparece en *El País* más que en *ABC* es la que va sin firma, es de agencia o firmada por un periodista del diario.

Hay más unidades de registro del Partido Comunista en *ABC* que en *El País*. En total, hay más unidades de registro en el grupo 3 que en el 4.

El País recoge menos declaraciones que *ABC* de la fuente número 1 (la Iglesia) pero, no obstante, es la segunda fuente con más presencia en dicho diario.

Tabla 7.29. Declaraciones sobre la tercera ley del aborto.

Fuente	Grupo 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	G. 6. 3ª aborto <i>El País</i>
1= Iglesia o asoc. católica	2	1
3= Asociación pro vida	0	1
4= Cultura	4	4
5= Experto en derecho	2	4
6= Periodista/ agencia/ sin firma	7	8
7= PSOE	3	2
8= PP/AP/C. Democrática	4	13
9= P. Comunista/ IU	1	1
10= PNV	0	1
11= Experto sanitario	1	4
13= Minoría Catalana, CiU	0	1
15= BNG	0	1
18= ERC	0	1
21= Otros	0	3
22= Colectivos pro aborto	0	1
24= UPyD	1	1
25= Amaiur	1	1

Fuente: Elaboración propia

El grupo 6 tiene trece unidades de registro del Partido Popular sobre esta ley, frente a cuatro del grupo 5.

Al contrario de las dos leyes anteriores, en este caso la fuente número 5 (expertos en derecho) tiene más presencia en *El País* que en *ABC*.

Asimismo, en este caso hay más contenido periodístico de las fuentes número 2 (asociaciones pro vida) y 11 (expertos sanitarios) en *El País* que en *ABC*.

Respecto a la fuente número 4, hay las mismas unidades de registro en *El País* que en *ABC*.

Tabla 7.30. Declaraciones sobre la cuarta ley del aborto.

Fuente	Grupo 7 4ª aborto <i>ABC</i>	Grupo 8 4ª aborto <i>El País</i>
3= Asociación pro vida	1	0
4= Cultura	1	0
6= Periodista/ agencia/ sin firma	2	0
7= PSOE	1	1
8= PP/AP/C. Democrática	10	2
11= Experto sanitario	0	1
17= UDC	0	1

Fuente: Elaboración propia

Sobre esta ley hay diez unidades de registro de fuentes del Partido Popular en *ABC* y 2 en *El País*. En este caso, no hay declaraciones de expertos sanitarios en *ABC*.

En *El País* no hay declaraciones de la fuente número 4 (cultura), mientras que en *ABC* hay una. Destaca las pocas unidades de registro que hay en *El País* en comparación con *ABC*.

Tabla 7.31. Declaraciones sobre la primera ley del divorcio.

Fuente	Grupo 9 1ª divorcio <i>ABC</i>	Grupo 10 1ª divorcio <i>El País</i>
1= Iglesia o asoc. católica	1	0
4= Cultura	0	4
5= Experto en derecho	1	1
6= Periodista/ agencia/ sin firma	9	1
7= PSOE	4	2
8= PP/AP/C. Democrática	3	0
9= P. Comunista/ IU	2	0
12= Grupo Centrista/UCD/CDS	6	5
21= Otros	0	1

Fuente: Elaboración propia

Según recoge la tabla 7.4.6, la fuente que más aparece en el grupo 9 es la 6, mientras que en el grupo 10 la que más presencia tiene es la 12, pero que tiene menos unidades de registro que en el grupo 9.

Como ocurre con la primera ley del aborto, no hay presencia de fuentes vinculadas a la cultura en *ABC*, mientras que en *El País* sí que las hay.

Destaca la ausencia de unidades de registro del Partido Comunista en *El País*, mientras que en *ABC* sí hay.

Tabla 7.32. Declaraciones sobre la segunda ley del divorcio.

Fuente	Grupo 11 2ª divorcio <i>ABC</i>	Grupo 12 2ª divorcio <i>El País</i>
1= Iglesia o asoc. católica	0	1
5= Experto en derecho	0	1
6= Periodista/ agencia/ sin firma	0	6
7= PSOE	4	5
8= PP/AP/C. Democrática	0	2
9= P. Comunista/ IU	0	1
10= PNV	0	1
18= ERC	0	1
19= C. Canaria	0	2

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 7.4.7, el grupo 11 solo tiene unidades de registro de la fuente número 4 (PSOE), mientras que el grupo 12 tiene de nueve fuentes distintas, la más numerosa la 6.

En este caso, sí aparecen declaraciones de Izquierda Unida (grupo 9) en *El País* y no en *ABC*. Ocurre lo mismo con la Iglesia (grupo 1). Tampoco hay en *ABC* ninguna declaración de expertos en derecho, una fuente muy habitual en este periódico con otras leyes.

Destaca la presencia de unidades de registro de partidos nacionalistas en *El País*. En concreto, son ERC, Coalición Canaria y el PNV. Por el contrario, en *ABC* no aparecen declaraciones de ninguna formación política nacionalista acerca de la segunda legislación del divorcio.

Tabla 7.33. Declaraciones sobre la ley de matrimonio homosexual.

Fuente	Grupo 13	Grupo 14
	Matrimonio homos. <i>ABC</i>	Matrimonio homos. <i>El País</i>
1= Iglesia o asoc. católica	10	10
4= Cultura	1	4
5= Experto en derecho	7	3
6= Periodista/ag./sin firma	12	7
7= PSOE	5	7
8= PP/AP/C. Democrática	13	12
9= P. Comunista/ IU	0	3
10= PNV	0	3
14= Homosexuales	1	10
15= BNG	0	2
16= CDC	0	2
17= UDC	0	1
20= Asociaciones de familia	4	0

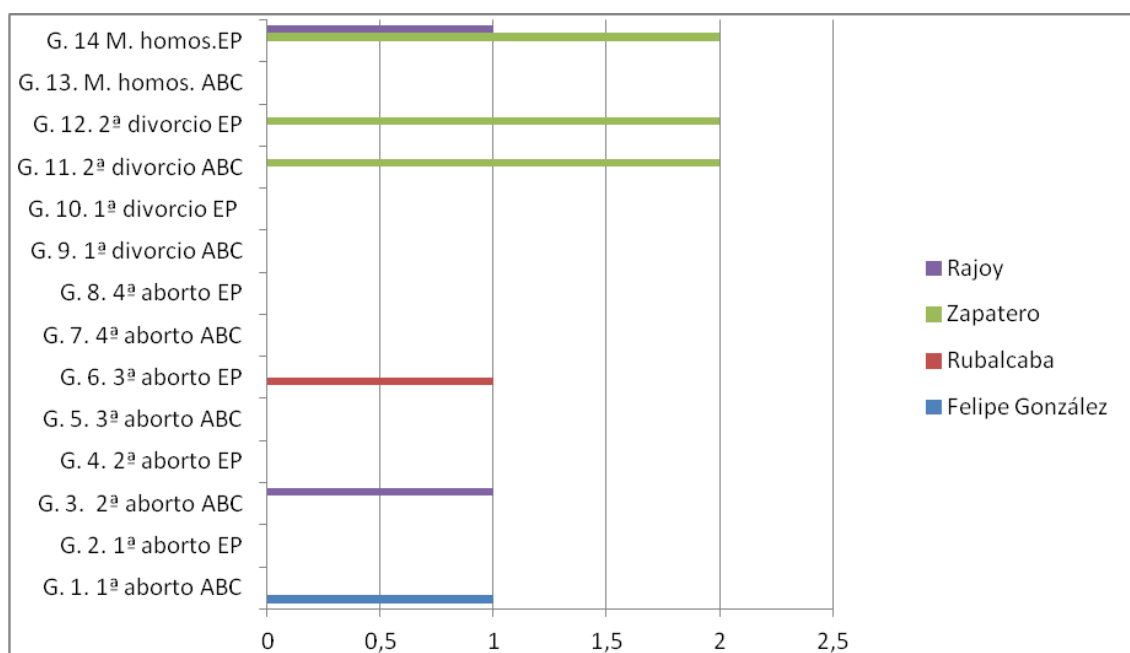
Fuente: Elaboración propia

Según refleja la tabla 7.4.8, la fuente que más unidades de registro tiene en ambos periódicos es la 8. El número de unidades de registro de las fuentes 1,7 y 8 es parecido en ambos grupos. Sin embargo, el número de unidades de registro de la fuente número 14 (homosexuales o asociaciones de este colectivo) es un 90 por ciento más elevado en el grupo correspondiente a *El País*. En este periódico también aparecen más unidades de registro de partidos políticos nacionalistas, mientras que en *ABC* no. Lo mismo ocurre con la fuente número 9 (Izquierda Unida).

En lo que respecta a fuentes vinculadas al mundo del derecho (fuente número 5) hay más de un 50 por ciento de unidades de registro en *ABC* que en *El País*.

Destaca el elevado número de declaraciones de la fuente número 1 en ambos diarios.

Gráfico número 7.2. Declaraciones de los líderes políticos.



Fuente: Elaboración propia

El gráfico 7.4.9 indica que Rodríguez Zapatero es el presidente del que más declaraciones se recogen en los textos periodísticos. En el grupo 13 no hay ninguna unidad de registro del presidente del Gobierno (PSOE) ni del líder de la oposición (PP), mientras que en el 14 sí hay de ambos.

7.5. Posicionamiento

En este apartado vamos a revisar el posicionamiento de todos los parámetros incluidos en el libro de códigos y a los que ya nos hemos referido en este capítulo, como los géneros periodísticos, la ubicación o varias de las fuentes presentes en los textos periodísticos.

Con el desarrollo de este análisis sobre el posicionamiento, podremos observar el comportamiento de los periódicos sobre las leyes que estudiamos.

Tabla 7.34. Posicionamiento de los editoriales.

	Analítico o informativo		Instructivo		Predict.	Combat.	Apologético	Editorial como manifiesto
	a favor	en contra	a favor	en contra	a favor	a favor	a favor	indefinido
G. 1. 1ª aborto ABC	0	0	0	0	0	0	0	1
G. 2. 1ª aborto El País	0	0	1	0	0	0	0	0
G. 3. 2ª aborto ABC	0	0	0	2	0	0	0	0
G. 4. 2ª aborto El País	0	0	1	0	0	0	0	0
G. 5. 3ª aborto ABC	0	2	1	0	0	1	1	0
G. 6. 3ª aborto El País	0	0	0	1	0	0	0	0
G. 7. 4ª aborto ABC	0	0	0	0	0	0	0	1
G. 8. 4ª aborto El País	0	0	0	0	0	0	0	0
G. 9. 1ª divorcio ABC	0	0	0	0	0	0	0	1
G. 10. 1ª divorcio EP	1	0	0	0	0	0	0	0
G. 11. 2ª divorcio ABC	0	0	0	0	0	0	0	0
G. 12. 2ª divorcio EP	0	0	1	0	0	0	0	0
G. 13 Mat. homos. ABC	0	0	0	3	0	0	0	0
G. 14. mat. homos. EP	0	0	3	0	1	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7.5.1 hemos seleccionado el contenido, descartando los grupos que no tienen presencia en esta selección. *ABC* está en contra de la segunda ley del aborto y de la ley

de matrimonio homosexual. *El País* está en contra de la tercera ley del aborto y a favor de las dos primeras del aborto, las dos del divorcio y la del matrimonio homosexual.

En la primera y cuarta ley del aborto, y la primera del divorcio, *ABC* no se manifiesta ni a favor ni en contra. En la segunda del divorcio no se manifiesta *ABC*.

En la tercera ley del aborto, *ABC* tiene editoriales a favor y otros en contra. Por su parte, el diario *El País* no se manifiesta sobre la cuarta ley del divorcio

Tabla 7.35. Posicionamiento de las columnas.

	Columna		
	a favor	en contra	indefinido
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	0	6	0
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	4	0	0
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	0	6	0
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	8	0	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	1	0	1
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	0	1	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	1	0
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	1	2	2
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	1	0	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	2	0	0
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	3	8	0
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	5	0	0

Fuente: Elaboración propia

Sobre las dos primeras leyes del aborto, destaca que todas las columnas de *ABC* están en contra y las de *El País* a favor. En lo que se refiere a la tercera ley del aborto, hay que resaltar que las columnas de *ABC* se posicionan en ambas direcciones y *El País* en contra. En la cuarta legislación de esta materia, la columnas de *ABC* se posiciona en contra y *El País* no recoge ninguna columna al respecto.

El País se muestra a favor de las dos leyes del divorcio y *ABC* tiene columnas que defienden posturas tanto a favor, como en contra y otras neutrales. Este diario no se recoge ninguna columna sobre la segunda ley del divorcio.

Ley del matrimonio homosexual: Las columnas de *ABC* Mayoritariamente en contra y *El País* solo tiene a favor.

Tabla 7.36. Posicionamiento de los artículos.

	Artículos		
	a favor	en contra	indefinido
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	0	3	0
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	8	1	0
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	0	3	0
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	1	3	0
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	0	8	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	1	0
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	1	0	1
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	4	0	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	0	1	0
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	0	0	0
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	4	0	0

Fuente: Elaboración propia

El País recoge artículos que apoyan mayoritariamente la primera ley del aborto, la primera del divorcio y la del matrimonio homosexual y que rechazan mayoritariamente la tercera ley del aborto y, con una sola unidad, la segunda del divorcio.

ABC recoge artículos que rechazan mayoritariamente todas las leyes del aborto. De la primera del divorcio hay un artículo en contra y de la segunda a favor y neutral, pero no en contra. Sobre el matrimonio homosexual tampoco recoge artículos.

Tabla 7.37. Posicionamiento de los grafismos.

	A favor	En contra
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	0	1
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	0	0
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	0	2
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	0	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	1	3
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	0	3
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	0
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	0	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	2	2
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	0	1
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	3	4

Fuente: Elaboración propia

Como señala la tabla 7.5.4, *ABC* publica grafismos que se posicionan mayoritariamente en contra de las tres primeras leyes del aborto.

El País publica grafismos en ambas direcciones sobre la segunda ley del aborto y del matrimonio homosexual y mayoritariamente en contra sobre la tercera ley del aborto.

Sobre las leyes del divorcio, *ABC* no publica grafismos y *El País*, en la segunda ley de esta materia, tiene los mismos registros a favor y en contra.

Tabla 7.38. Posicionamiento de las viñetas.

	A favor	En contra
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	0	1
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	0	9
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	2	0
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	1	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	0	0
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	0	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	0
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	0	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	0	0
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	0	1
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	3	0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 7.5.5 indica que la cifra más elevada de este apartado es el grupo 2, con nueve unidades de registro en contra de la primera ley del aborto. *ABC* tiene dos a favor de la segunda ley del aborto y ninguna en contra.

El matrimonio homosexual aparece en todas las unidades de registro a favor en *El País* y en contra en *ABC*.

Tabla 7.39. Posicionamiento de las fotografías.

	Fotografías a favor	Fotografías en contra	Indefinido
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	4	5	1
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	7	4	0
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	3	19	0
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	6	6	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	3	11	1
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	4	30	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	2	6	1
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	1	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	2	4	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	4	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	5	1	4
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	10	21	0
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	31	8	0

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 7.5.6, el mayor número de fotografías posicionadas hacia una misma dirección corresponde al grupo 6 y en contra de la ley. Es decir, *El País* en contra de la tercera ley del aborto. También hay un gran contraste entre las fotografías que se posicionan a favor del matrimonio homosexual en *El País* (que son 31) frente a las que se posicionan en contra (solo ocho).

Cabe destacar que en todos los grupos de *ABC* que tienen fotografías hay más en contra que a favor de las leyes objeto de estudio, salvo en la segunda ley del divorcio.

Tabla 7.40. Posicionamiento de la ubicación según la portada.

	A favor	En contra	Indefinido
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	3	0	2
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	1	1	1
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	0	2	1
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	1	0	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	2	0	0
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	1	2	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	0	1
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	0	2	1
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	0	1	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	1	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	2	1	0
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	0	1	0
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	2	4	0

Fuente: Elaboración propia

El mayor número de registros posicionados del mismo modo corresponde al grupo 14, que se presentan en contra, seguidos del grupo 1, aunque, en este caso a favor.

ABC no recoge textos periodísticos en portada en contra de las leyes del aborto, salvo en la segunda. Este periódico tampoco tiene información ni opinión en portada a favor de la primera ley del divorcio.

Tabla 7.41. Posicionamiento de la ubicación según las páginas pares.

	A favor	En contra	Indefinido
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	1	13	0
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	15	4	1
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	2	26	1
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	11	5	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	6	14	3
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	4	30	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	2	7	1
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	1	4	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	1	4	1
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	6	1	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	3	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	8	1	4
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	10	24	0
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	30	6	0

Fuente: Elaboración propia

Los valores máximos se encuentran en los grupos 6 y 14, en contra y a favor, respectivamente. Seguidamente se sitúan el grupo 3 y el 13, ambos en contra.

Según las páginas pares que a parecen en la tabla 7.5.8, ambos periódicos tienen más contenido periodístico en contra de las dos últimas leyes del aborto (impulsadas por el PP). Cabe resaltar que el contenido periodístico de *ABC* se posiciona claramente en contra de todas las leyes del aborto.

Asimismo, el contenido de ambos diarios se posiciona mayoritariamente a favor de la segunda ley del divorcio. En la primera de estas leyes, *El País* recoge más contenido a favor y *ABC* más en contra.

Tabla 7.42. Posicionamiento de la ubicación según las páginas impares.

	A favor	En contra	Indefinido
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	9	17	0
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	9	5	0
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	5	16	0
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	1	2	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	0	5	0
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	1	8	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	5	0
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	6	9	3
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	2	5	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	3	2	0
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	6	15	0
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	17	8	0

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 7.5.9, *ABC* no tiene ningún grupo en el que haya más unidades de registro a favor que en contra en páginas impares.

La mayor diferencia entre las unidades de registro a favor y las de en contra se encuentran en la ley del matrimonio homosexual, estando *El País* a favor y *ABC* en contra.

El País se posiciona claramente en contra de la segunda y tercera ley del aborto y de la cuarta no recoge ningún tipo de información.

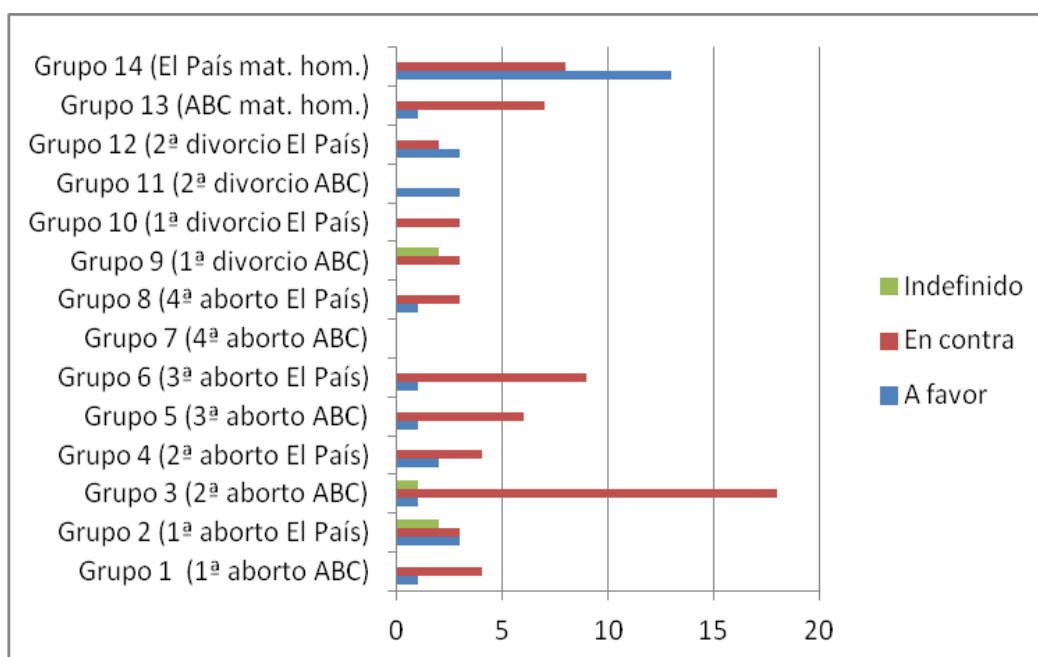
Tabla 7.43. Posicionamiento de la ubicación según la contraportada.

	A favor	En contra	Neutro
Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	1	0	0
Grupo 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	0	1	0
Grupo 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 8 (4ª aborto <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 11 (2ª divorcio <i>ABC</i>)	0	0	0
Grupo 12 (2ª divorcio <i>El País</i>)	0	0	0
Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. hom.)	0	0	0
Grupo 14 (<i>El País</i> mat. hom.)	1	0	0

Fuente: Elaboración propia

Según recoge la tabla 7.5.10, *El País* tiene una unidad de registro en contra la tercera ley del aborto y otra a favor en la segunda del aborto. Por otro lado, tiene una a favor sobre el matrimonio homosexual. Como hemos señalado anteriormente, *ABC* no tiene ninguna contraportada.

Gráfico 7.3. Posicionamiento según el género de la noticia.



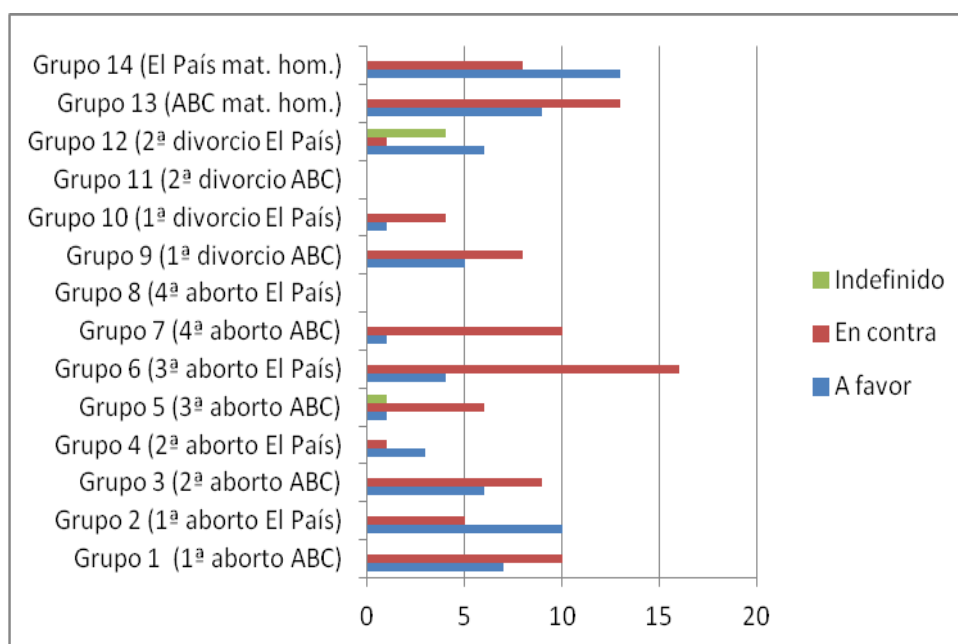
Fuente: Elaboración propia

Las columnas indican el número de unidades de registro. Como refleja el gráfico 7.5.11, el dato más elevado corresponde al grupo 3, que se posiciona en contra, habiendo muchas menos noticias a favor o indefinidas. A continuación, el grupo 14, que se posiciona mayoritariamente a favor en este apartado.

El número de noticias a favor del matrimonio homosexual en *ABC* (grupo 13) es bastante inferior a las que hay en contra. Lo mismo ocurre en el grupo 6.

No hay noticias en ningún periódico a favor de la primera ley del divorcio.

Gráfico 7.4. Posicionamiento según el género de la crónica.



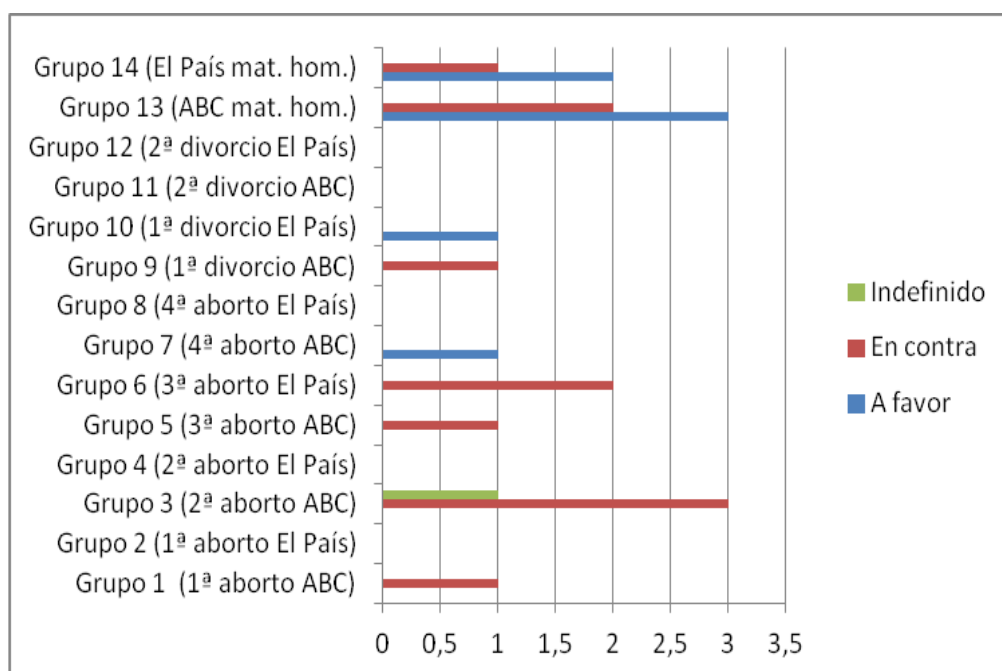
Fuente: Elaboración propia

Las columnas del gráfico 7.5.12 indican el número de unidades de registro. El número de unidades de registro más elevado es del grupo 6, que se manifiesta mayoritariamente en contra de la ley. La primera ley del aborto y la del matrimonio homosexual tienen unidades de registro parecidas entre los dos periódicos analizados, posicionándose los grupos correspondientes al *ABC* en contra y los de *El País*, a favor.

Destaca las apariciones en contra de la cuarta ley del aborto en *ABC* y, en menor medida, también en la tercera.

La segunda ley del divorcio tiene en *El País* un número de unidades de registro indefinidas ligeramente inferior a las que hay a favor.

Gráfico 7.5. Posicionamiento según el género de la entrevista.

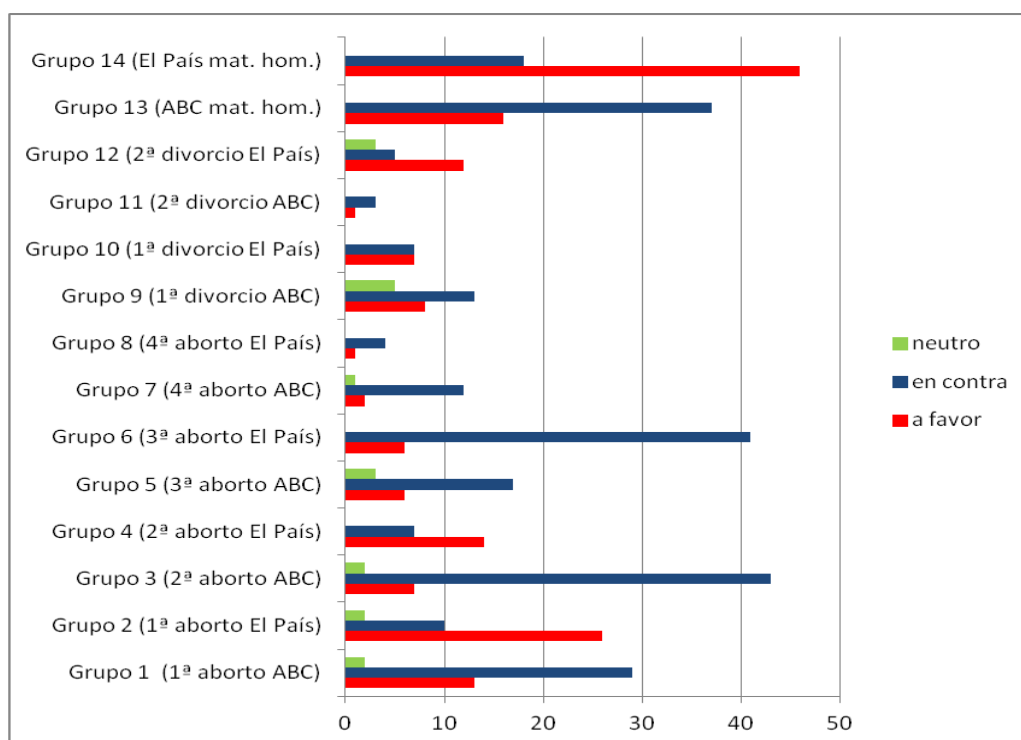


Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el gráfico 7.5.13, las columnas indican el número de unidades de registro. El mayor número de unidades de registro en contra es el grupo 3 y, a favor, el grupo 13, ambas en la misma proporción.

La ley del matrimonio homosexual es la única que tiene entrevistas a favor y en contra en ambos periódicos.

Gráfico 7.6. Posicionamiento de los grupos según las declaraciones recogidas.



Fuente: Elaboración propia

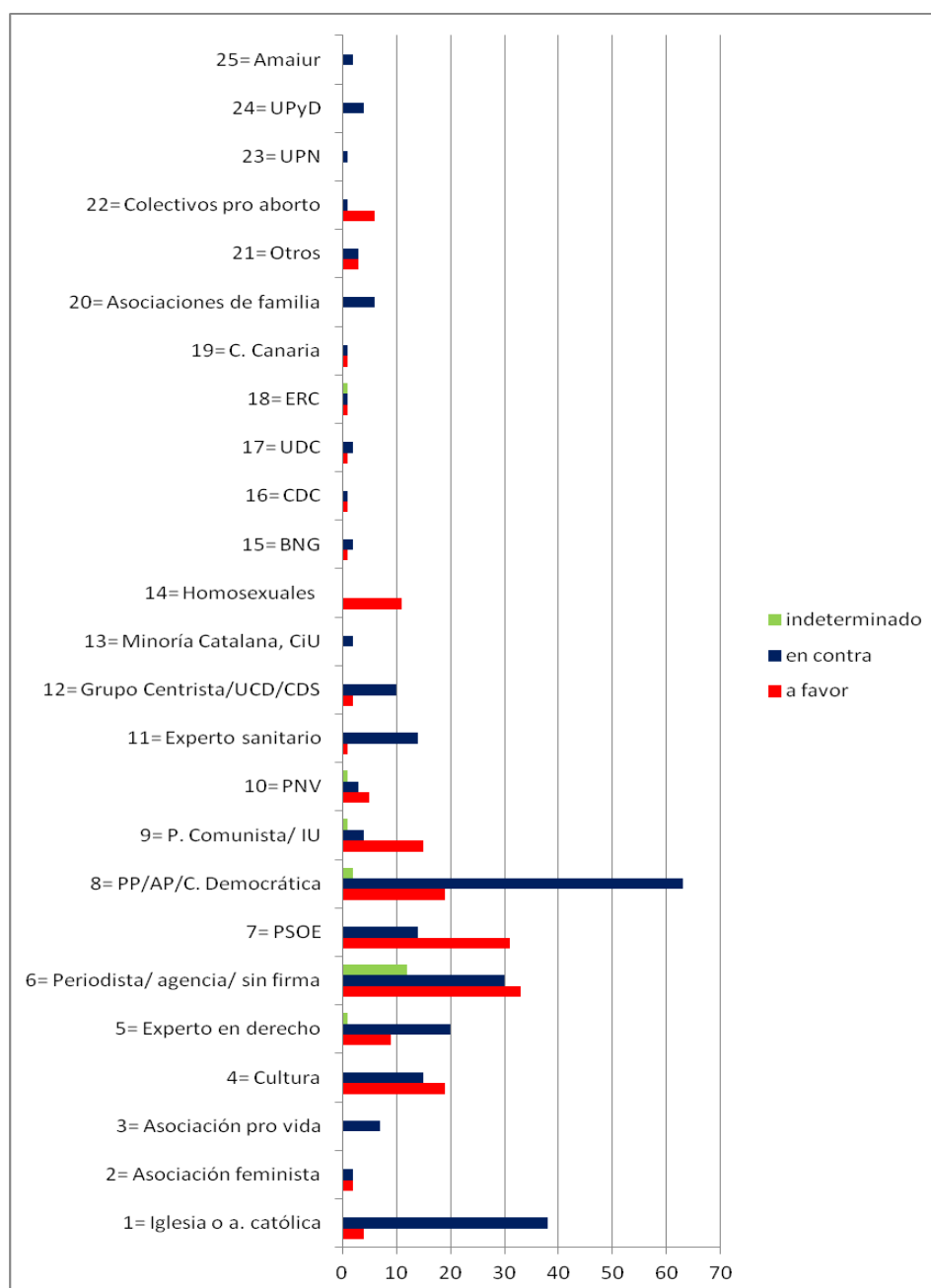
Las columnas indican el número de unidades de registro. El grupo que más declaraciones recoge sobre una misma postura es el 14, que tiene más de 40 a favor. El siguiente es el grupo 3, pero en esta ocasión, en contra. También sobresalen las 30 declaraciones los grupos 6 y 13, ambas en contra.

El grupo en el que hay más declaraciones indefinidas o neutras es el 9 (1ª ley del divorcio de ABC).

Todos los grupos de ABC tienen más declaraciones en contra que a favor. *El País* tiene más declaraciones a favor en las leyes que aprobó el PSOE, más declaraciones indefinidas en la primera ley del divorcio (aprobada por UCD) y más declaraciones en contra en las impulsadas por el Partido Popular (las dos últimas del aborto).

Gráfico 7.7. Posicionamiento de cada fuente.

Incluye el posicionamiento en los dos periódicos estudiados.



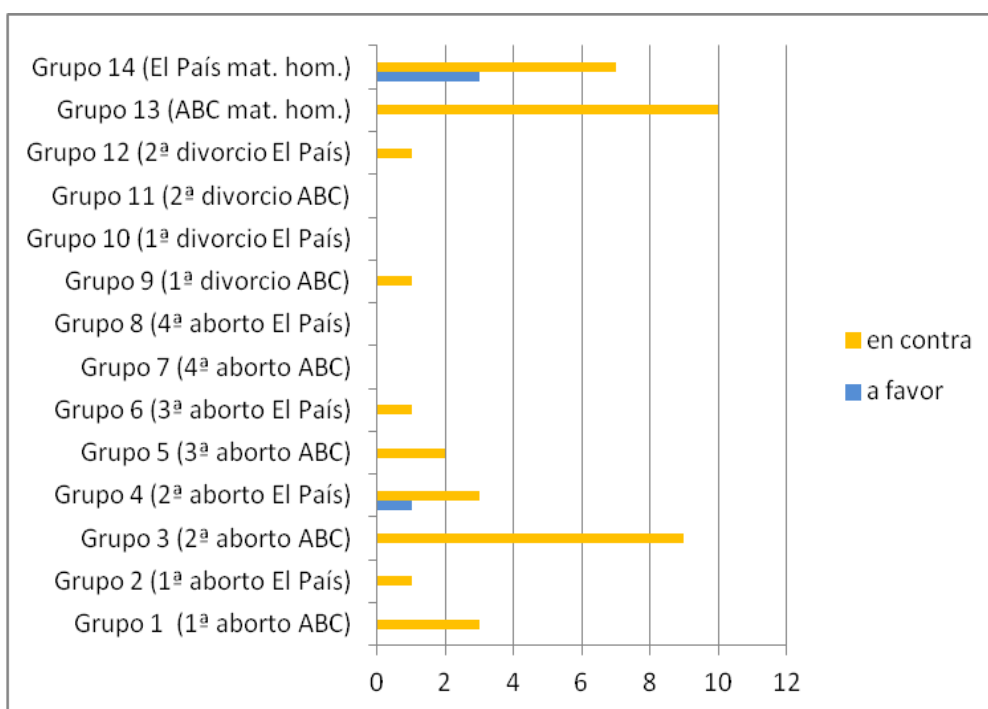
Fuente: Elaboración propia

El gráfico 7.5.15 señala que las columnas indican el número de unidades de registro. La fuente número 8 es la que más unidades de registro tiene en una misma posición porque el estudio recoge más de 60 declaraciones de miembros o representantes del Partido Popular en contra. La siguiente fuente es la número 1, también en contra.

A pesar de que el PSOE es el partido que ha impulsado la mayoría de las leyes que analizamos, no está entre las tres primeras fuentes que más han informado u opinado sobre las mismas.

Destaca que los centristas (grupo 12) se manifiestan mayoritariamente en contra, a pesar de que prácticamente todos los textos periodísticos que se recogen sobre los responsables de la UCD y el CDS versan sobre la primera ley del divorcio, que ellos impulsaron.

Gráfico 7.8. Posicionamiento de la fuente número 1.



Fuente: Elaboración propia

Las columnas indican el número de unidades de registro.

Según recoge el gráfico 7.5.16, los representantes o miembros de la Iglesia hacen declaraciones a favor de la segunda ley del aborto y del matrimonio homosexual en *El País*. Los grupos con más declaraciones de la Iglesia en contra son 13 y 3, ambos de *ABC*.

La mayoría de las declaraciones que hay de la Iglesia son en contra de las leyes que centran este estudio.

Tabla 7.44. Posicionamiento de la fuente número 2.

	Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	Grupo 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)
A favor	1	1	0
En contra	0	0	2
Neutro	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 7.5.17, los únicos grupos en los que aparece esta fuente (asociaciones feministas) son el 1, 2 y 3. Es decir, que prácticamente no hay declaraciones de feministas en *El País*. Sobre las dos últimas leyes del aborto, no existen declaraciones de esta fuente ni en las dos últimas leyes del aborto ni en las del divorcio.

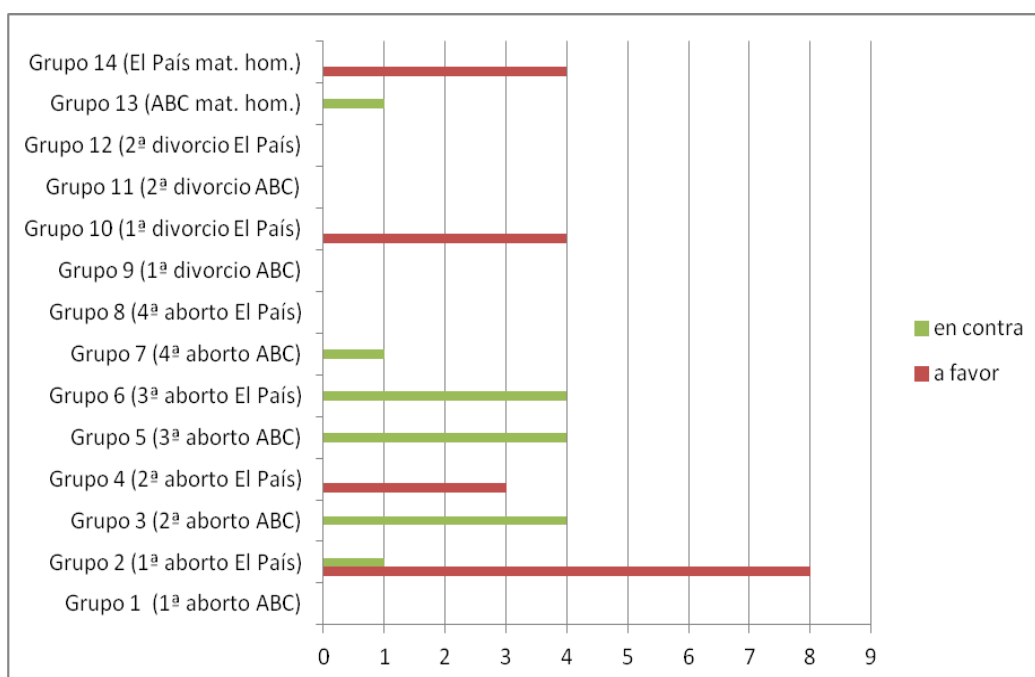
Tabla 7.45. Posicionamiento de la fuente número 3.

	G.1: 1ª aborto <i>ABC</i>	G. 2: 1ª aborto <i>EP</i>	G. 3: 2ª aborto <i>ABC</i>	G. 4: 2ª aborto <i>EP</i>	G. 5: 3ª aborto <i>ABC</i>	G. 6: 3ª aborto <i>EP</i>	G. 7: 4ª aborto <i>ABC</i>	G. 8: 4ª aborto <i>EP</i>
A favor	0	0	0	0	0	0	0	0
En contra	4	0	2	0	0	0	1	0
Neutro	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

El País no recoge declaraciones de la fuente número 3 (asociaciones o colectivos pro vida) en ninguna de las leyes del aborto. Por su parte, *ABC* sí que tiene declaraciones en contra, principalmente en las dos primeras y, en menor medida, también en la cuarta.

Gráfico 7.9. Posicionamiento de la fuente número 4.

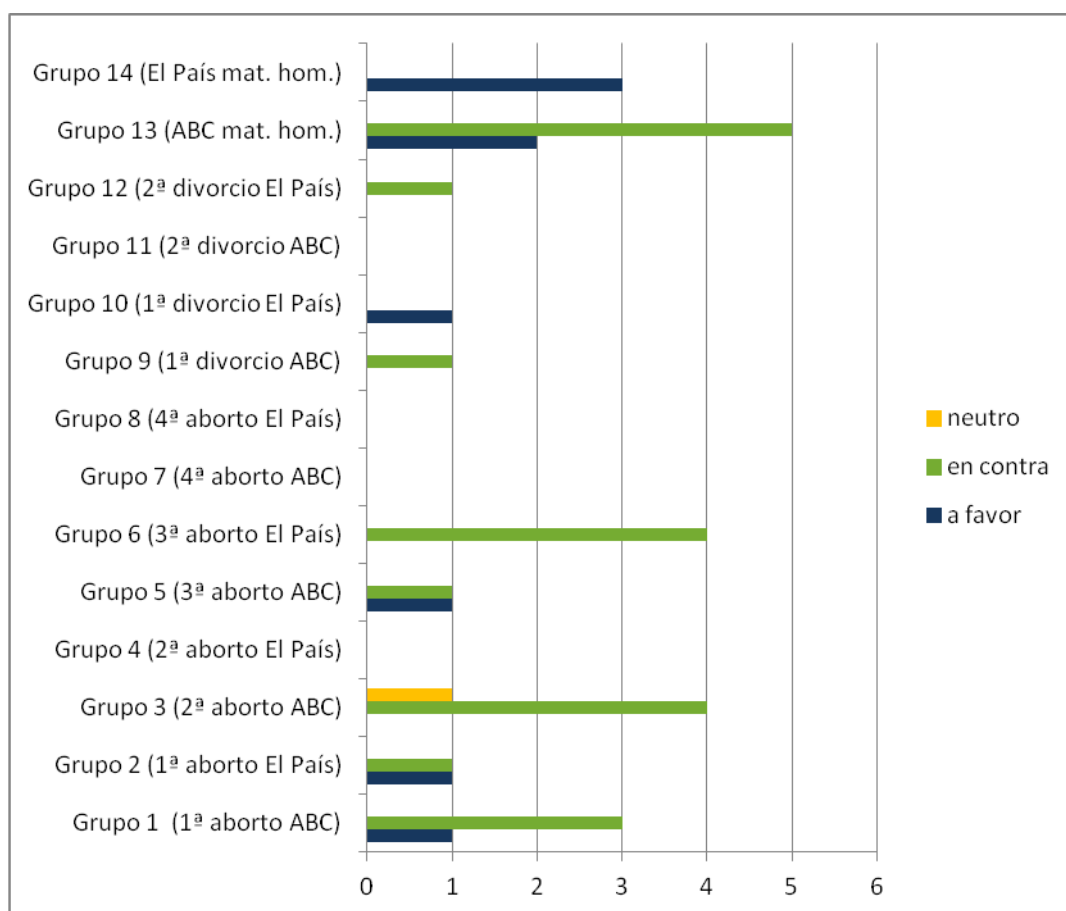


Fuente: Elaboración propia

El número de unidades de registro se refleja en las columnas. El dato más alto sobre la fuente número 2 (personas vinculadas a la cultura) son las unidades de registro a favor del grupo 2 (primera ley del aborto en *El País*), el único grupo de este estudio en el que hay declaraciones en ambos sentidos con esta fuente.

La tercera ley del aborto se recoge en contra y con el mismo número de unidades de registro en los dos periódicos. Además, cabe destacar que *ABC* no recoge ninguna declaración a favor de personas vinculadas a la cultura.

Gráfico 7.10. Posicionamiento de la fuente número 5.

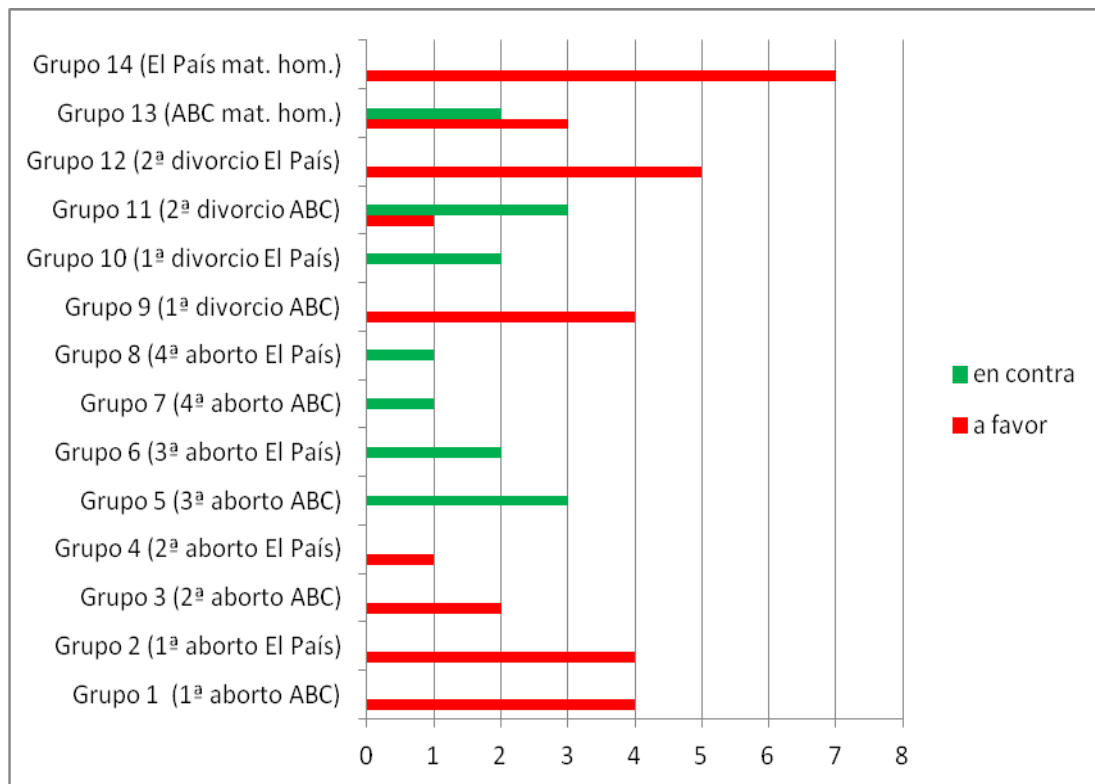


Fuente: Elaboración propia

Las columnas del gráfico 7.5.20 recogen las unidades de registro. En el gráfico, se puede observar que el mayor número de unidades de registro de la fuente número 5 (personas vinculadas al mundo del derecho) están en contra de las leyes y aparecen en *ABC*, salvo en la cuarta ley del aborto y la segunda del divorcio, que no se recoge en este diario.

El mayor número de declaraciones a favor aparecen en el grupo 14 y el mayor número de declaraciones en contra están en el grupo 13, es decir, que ambos se refieren a la misma ley. Por otro lado, *El País* recoge unidades de registro neutras o indefinidas en el grupo 3.

Gráfico 7.11. Posicionamiento de la fuente número 7.

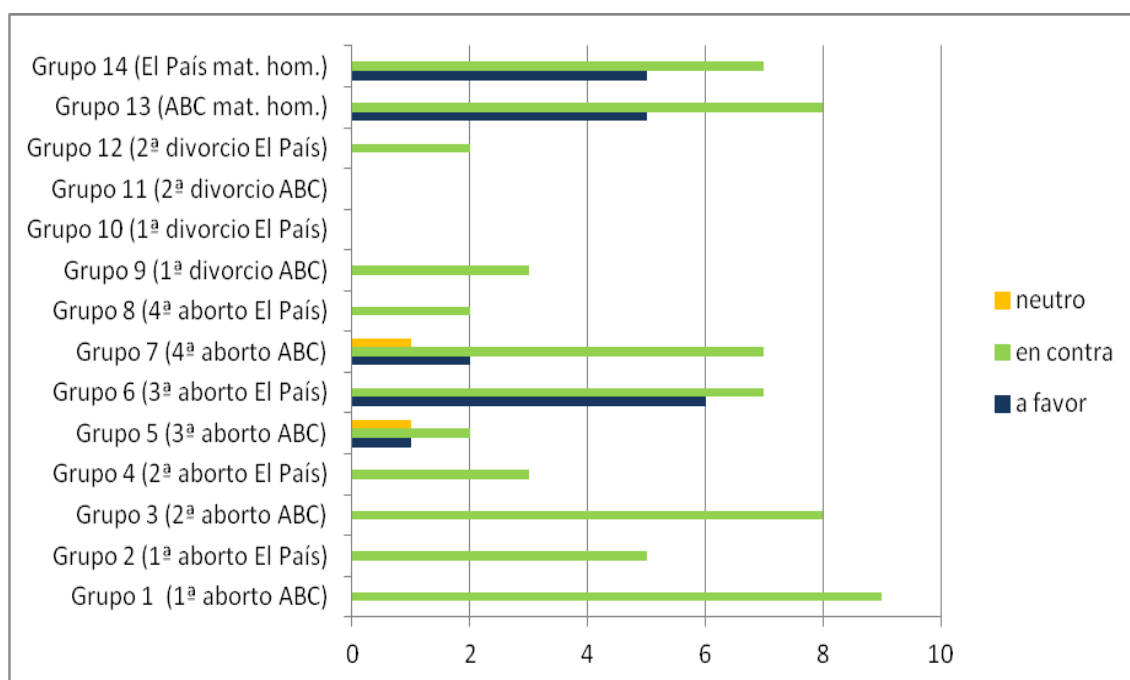


Fuente: Elaboración propia

Las unidades de registro aparecen representadas en las columnas. Como se observa en el gráfico 7.5.21, *El País* no recoge manifestaciones de socialistas contrarias a las leyes impulsadas por el PSOE, mientras que *ABC* sí recoge posturas de socialistas tanto a favor como en contra de la segunda ley del divorcio y del matrimonio homosexual.

Además, solo hay unidades de registro en *El País* y *ABC* a favor de las dos primeras leyes del aborto, que fueron aprobadas por el PSOE.

Gráfico 7.12. Posicionamiento de la fuente número 8.



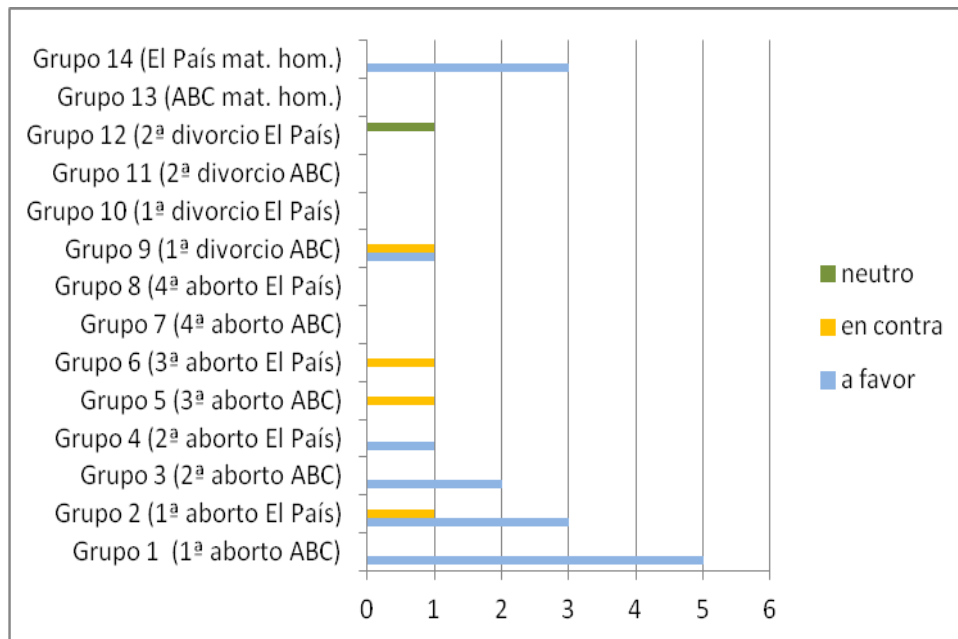
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 7.5.22, *ABC* recoge unidades de registro (representadas a través de las columnas del gráfico) mayoritariamente contrarias a las dos últimas leyes del aborto, impulsadas por la fuente 8 (Partido Popular). En ambos casos, también hay declaraciones indefinidas o neutras.

Sobre las dos primeras leyes del aborto, ambos periódicos solo sacan declaraciones de AP/PP en contra.

La mayor parte de declaraciones a las que hace referencia esta tabla recogen mayoritariamente posturas contrarias a las diversas leyes. En el caso de la legislación sobre el matrimonio homosexual, la proporción de unidades de registro a favor y en contra que hay en los dos periódicos es muy parecida.

Gráfico 7.13. Posicionamiento de la fuente número 9.

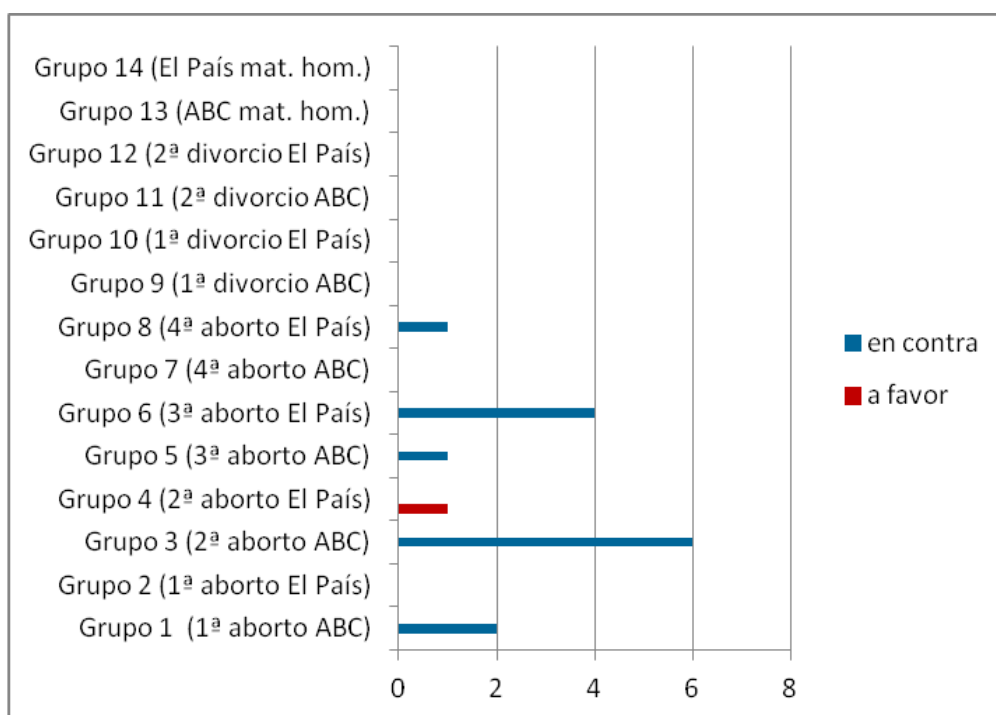


Fuente: Elaboración propia

Las columnas del gráfico 7.5.23 indican el número de unidades de registro. En este gráfico aparecen, en general, más unidades de registro a favor que en contra o neutras, pero hay muchas leyes tanto en *El País* como en *ABC* en las que no aparecen declaraciones de esta fuente.

La mayoría de unidades de registro aparecen en las dos primeras leyes del aborto y se muestran a favor de dichas legislaciones en ambos periódicos. También aparecen unidades de registro a favor en el grupo 14.

Gráfico 7.14. Posicionamiento de la fuente número 11.



Fuente: Elaboración propia

El número de unidades de registro aparece en las columnas. Según recoge el gráfico 7.5.24, *El País* solo recoge declaraciones de la fuente 11 (expertos sanitarios) en contra del aborto en el caso de la cuarta ley (aprobada por el PP), mientras que de las dos primeras (ambas del PSOE) solo hay una declaración a favor, en el caso de la ley de Rodríguez Zapatero.

Además, cabe destacar que *ABC* no tiene ninguna declaración de expertos en sanidad sobre la cuarta ley del aborto. Sin embargo, este diario tiene seis unidades de registro sobre la segunda ley del aborto.

Tabla 7.46. Posicionamiento de la fuente número 12.

	Grupo 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	Grupo 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	Grupo 9 (1ª divorcio <i>ABC</i>)	Grupo 10 (1ª divorcio <i>El País</i>)
A favor	0	0	1	1
En contra	1	0	5	4

Fuente: Elaboración propia

Como refleja la tabla 7.5.25, los grupos 9 y 10, correspondientes a la ley del aborto, tienen principalmente unidades de registro en contra, a pesar de que se trata de declaraciones de responsables políticos que aprobaron la primera ley del divorcio.

Tabla 7.47. Posicionamiento de la fuente número 14.

	Grupo 13 (<i>ABC</i> mat. homosexual)	Grupo 14 (<i>El País</i> mat. homosexual)
A favor	1	10
En contra	0	0
Neutro	0	0

Fuente: Elaboración propia

El País recoge un 90 por ciento más de unidades de registro de activistas homosexuales o ciudadanos homosexuales (la fuente número 14) a favor del matrimonio entre personas del mismo sexo que *ABC*. En ninguno de los dos periódicos hay declaraciones de la fuente número 14 ni en contra ni indefinidas sobre esta ley.

Tabla 7.48. Posicionamiento de la fuente número 22.

	G. 1 (1ª aborto <i>ABC</i>)	G. 2 (1ª aborto <i>El País</i>)	G. 3 (2ª aborto <i>ABC</i>)	G. 4 (2ª aborto <i>El País</i>)	G. 5 (3ª aborto <i>ABC</i>)	G. 6 (3ª aborto <i>El País</i>)	G. 7 (4ª aborto <i>ABC</i>)	G. 8 (4ª aborto <i>El País</i>)
A favor	2	4	0	0	0	0	0	0
En contra	0	0	0	0	0	1	0	0
Neutro	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Destaca la escasa presencia de esta fuente (correspondiente a pro abortistas) en el análisis de todos los grupos. Aparece una unidad de registro en contra en el grupo 6,

correspondiente a *El País*, además de varias unidades de registro a favor de la primera ley en ambos diarios.

7.6. Frames

Finalmente, vamos a revisar en este epígrafe los *frames*. Hemos realizado varios gráficos y tablas para incluir los marcos que aparecen en cada grupo, los subtipos o modelos concretos de cada *frame* que hemos incluido en el libro de códigos y, finalmente, los encuadres que hay en los géneros periodísticos, en la ubicación de los textos y en las declaraciones recogidas de los diversos actores políticos y sociales.

A pesar de que hasta ahora hemos incluido todos los datos del libro de códigos para facilitar la lectura, en las tablas y gráficos de este apartado ha sido imposible detallar el significado de los códigos de los encuadres. Por eso hemos incluido en este epígrafe una tabla que incluye únicamente el significado resumido de los mismos.

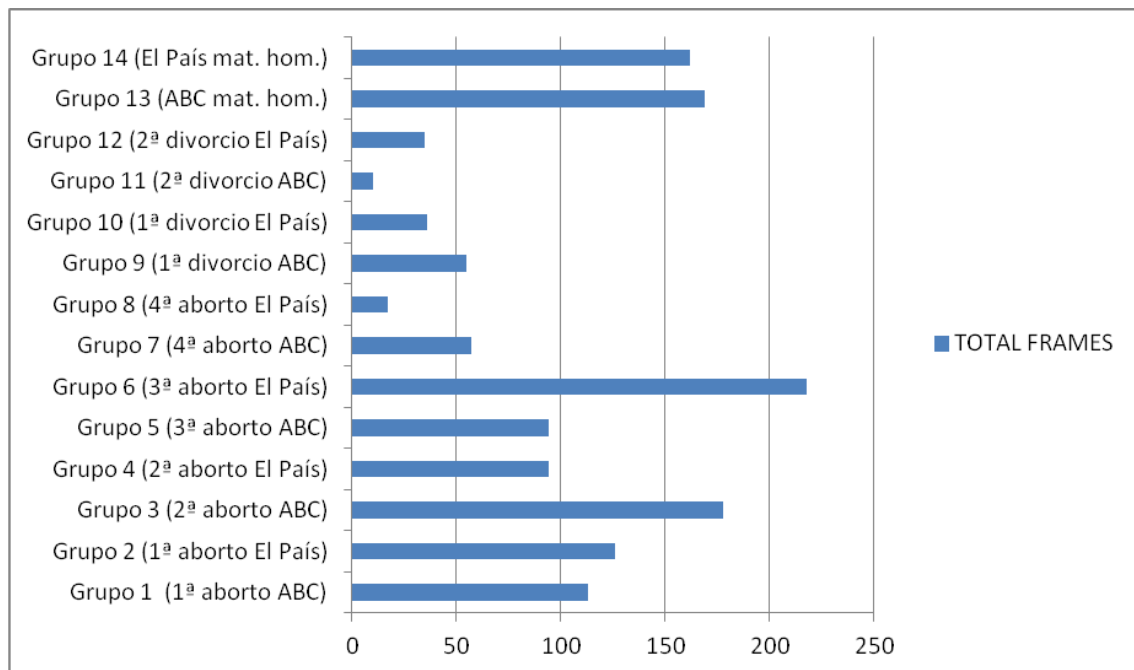
Las numeraciones que aparecen en las siguientes tablas y gráficos de este apartado hacen referencia a la cantidad concreta de tipos específicos de cada *frame* que hay en los textos periodísticos estudiados, no al cómputo global de cada encuadre. Esto es, por ejemplo, la suma que hace en cada texto de cada uno de los siete modelos distintos de *frames* que tiene el marco de atribución de responsabilidad, a pesar de que en muchas de estas tablas y gráficos no aparezca desglosado, sino el cómputo global.

Tabla 7.49. Tipos de encuadres

Encuadre de atribución de responsabilidad
1= Los gobiernos tienen la responsabilidad de resolver el problema.
2= La Justicia como responsable del problema abordado.
3= Los individuos deben tener responsabilidad de poder elegir
4= Se sugieren soluciones al tema abordado.
5= El problema requiere una acción urgente.
6= Las normas constitucionales marcan las pautas de acción sobre ese tema.
7= Referencia a la ciencia o la etimología.
Encuadre de interés humano
1= Se muestra la cara humana de un problema.
2= Descripciones personales que generan sentimientos de agravio, simpatía, etc.
3= Se enfatiza cómo los individuos están afectados por el tema.
4= Se adentra en las vidas privadas de los actores protagonistas.
5= Información visual que podría generar sentimientos de agravio, empatía, etc.
Encuadre de conflicto
1= Desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones.
2= Un partido político, individuo o grupo realiza algún tipo de reproche a otro.
3= Alude a dos o más posturas diferentes en torno al tema o problema.
4= Se construye haciendo alusión a ganadores y vencidos.
5= Críticas de la gestión mediática que ofrece el gobierno sobre el asunto.
Encuadre de moralidad
1= Contiene algún tipo de mensaje ético o moral.
2= Hace referencia a Dios, o a otros principios religiosos.
3= Ofrece prescripciones sociales específicas que indican cómo se debería actuar.
Encuadre de consecuencias económicas
1= Alude a los costes asociados al tema abordado.
2= Referencia a las consecuencias económicas por seguir o no una acción.

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7.15. Total de encuadres por grupos.



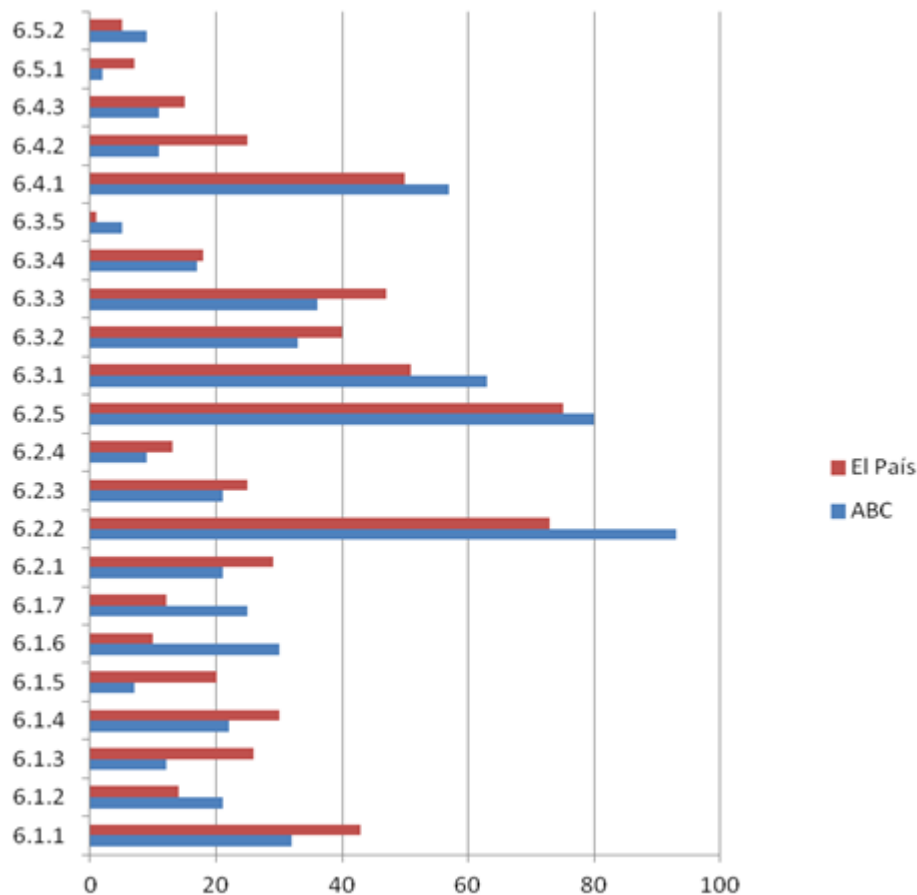
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 7.6.2, el número de repeticiones de cada encuadre viene recogido en las columnas. El grupo 6 es el que más encuadres tiene, seguido del 3, el 13 y el 14, de tal modo que la ley con más *frames* (sumando los de ambos diarios) es la del matrimonio homosexual.

El País tiene más del doble de *frames* que *ABC* en la tercera ley del aborto. Los grupos de la primera ley del aborto y los del matrimonio homosexual tienen un número de *frames* aproximado entre sí.

Entre los grupos con menos *frames* se encuentra, en primer lugar, el 11, seguido por el 8.

Gráfico 7.16. *Frames por característica propia de cada tipo de encuadre.*



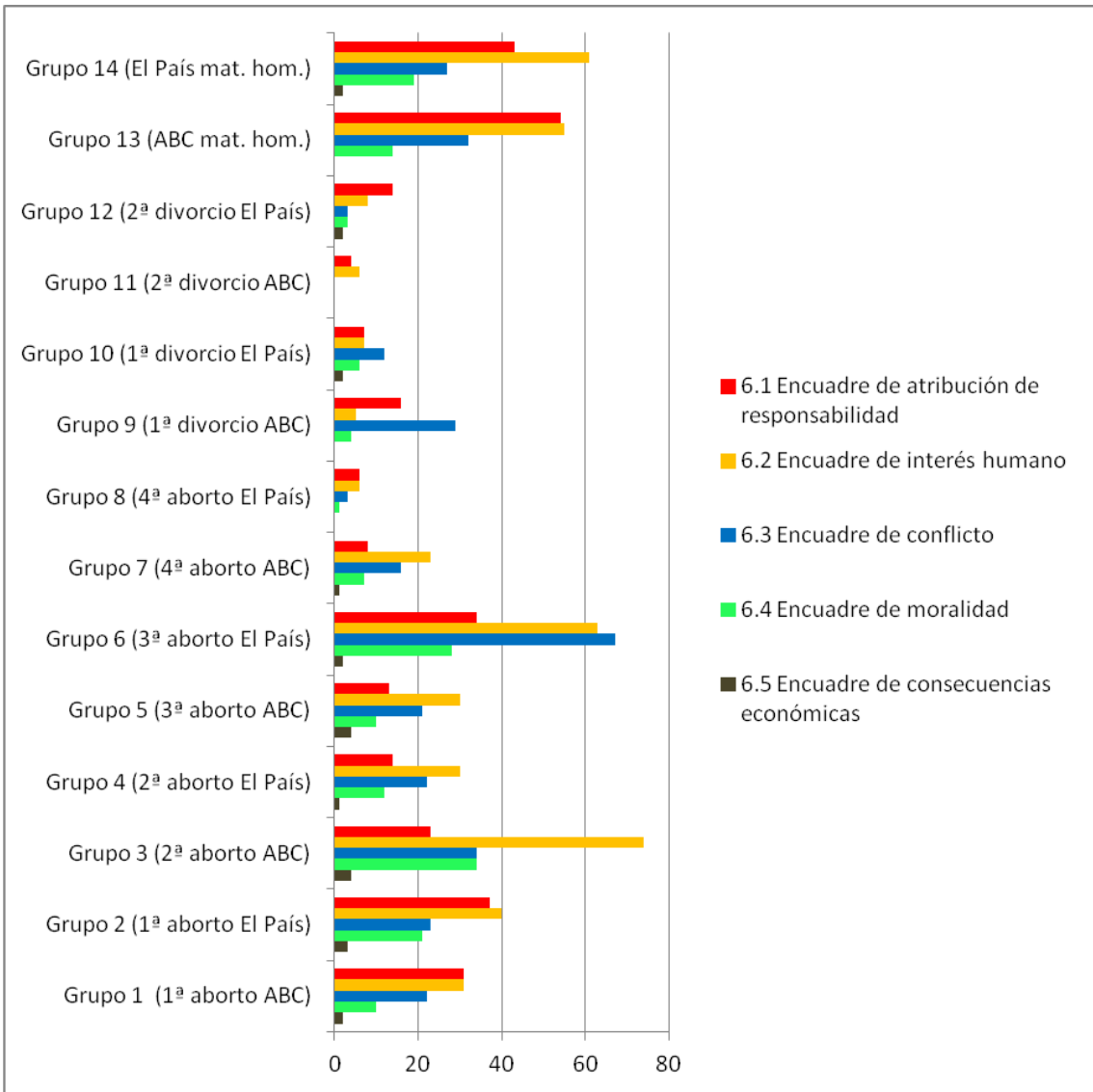
Fuente: Elaboración propia

Las columnas representan el número de repeticiones de cada encuadre. El encuadre más repetido en todo el análisis es el 6.2, atendiendo a la característica propia codificada como 6.2.2, que señala que en el relato se utilizan adjetivos o descripciones personales que generan sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión. Corresponde al diario *ABC*. En *El País*, este encuadre supone el segundo que más se repite de todo el análisis.

El segundo encuadre que más aparece también es del 6.2, en el apartado número 5, que hace referencia a que el relato contiene información visual que podría generar sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión. Corresponde a *ABC*. Y muy seguido de éste se encuentra, en tercer lugar, el mismo encuadre pero de *El País*.

Por el lado contrario, el modelo de encuadre que menos aparece en *ABC* es el 6.5.1 (alude a los costes asociados al tema abordado) y en *El País* el 6.3.5 (críticas de la gestión mediática que ofrece el gobierno sobre el asunto).

Gráfico 17. Clasificación por tipos de encuadres.



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 7.6.4 hemos indicado el total de cada encuadre (es decir, sumando en cada uno los modelos específicos de *frames* que hemos visto anteriormente) en cada grupo.

El número de repeticiones de cada encuadre se recoge en las columnas. El encuadre que más aparece es el 6.2 (encuadre de interés humano), en el grupo 3. Después, el más repetido es el 6.3 (conflicto) en el grupo 6. En tercer lugar, el *frame* de interés humano

en el grupo 14 (matrimonio homosexual en *El País*) y, posteriormente, este mismo frame en el grupo 6 (tercera ley del aborto en *El País*), seguido por este encuadre en el 13 (matrimonio homosexual en *ABC*). Es decir, que la ley del matrimonio homosexual acapara principalmente la atención mediática del encuadre de interés humano en ambos diarios.

Por último, hay que señalar que en los grupos 1 y 2 hay una proporción de encuadres muy parecida entre sí.

Tabla 7.50. Clasificación de encuadres por tipos de editoriales.

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6	Grupo 7	Grupo 9	Grupo 10	Grupo 12	Grupo 13	Grupo 14
6.1.1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	3	0
6.1.2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
6.1.3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
6.1.4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
6.1.5	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
6.1.6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
6.1.7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
6.2.1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
6.2.2	0	1	2	1	3	1	0	0	0	0	1	2
6.2.3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
6.2.5	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6.3.1	0	0	0	0	3	1	1	0	1	1	3	2
6.3.2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	1
6.3.3	0	0	0	0	2	1	1	0	0	1	2	0
6.3.4	0	0	2	0	2	0	0	0	0	1	1	1
6.3.5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6.4.1	0	0	2	0	3	1	0	0	1	0	2	1
6.4.3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
6.5.2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Total	1	2	7	3	16	7	2	1	2	5	15	11

Fuente: Elaboración propia

Las filas corresponden al tipo de encuadre y las columnas los grupos.

El grupo 5 (tercera ley del aborto de *ABC*) es el que tiene más *frames* en sus editoriales, seguido del 13.

Entre los tipos específicos de *frames* que más se repiten en los editoriales está el 6.1.1 (los gobiernos tienen la responsabilidad de resolver el problema) en el grupo 13 (matrimonio homosexual en *ABC*); el 6.2.2 (descripciones personales que generan sentimientos de agravio, simpatía) en el grupo 5 (tercera ley del aborto en *ABC*); el 6.3.1 (desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones) en el grupo 5 y en el 13; y el 6.4.1 (Contiene algún tipo de mensaje ético o moral) en el grupo 5.

Tabla 7.51. Clasificación de encuadres por tipos de columnas.

	G.1. 1ª aborto <i>ABC</i>	G. 2. 1ª aborto <i>EP</i>	G. 3. 2ª aborto <i>ABC</i>	G. 5. 3ª aborto <i>ABC</i>	G. 6. 3ª aborto <i>EP</i>	G.7. 4ª aborto <i>ABC</i>	G. 9. 1ª divorcio <i>ABC</i>	G. 10. 1ª divorcio <i>EP</i>	G. 12. 2ª divorcio <i>EP</i>	G.13. mat. hom. <i>ABC</i>	G.14. mat. hom. <i>EP</i>
6.1.1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	3	0
6.1.2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
6.1.3	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
6.1.4	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1
6.1.5	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0
6.1.6	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
6.1.7	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0
6.2.1	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	1
6.2.2	1	3	3	1	0	1	0	0	1	7	3
6.2.3	1	0	2	0	0	1	0	0	0	1	1
6.2.4	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	0
6.2.5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
6.3.1	1	2	1	2	0	0	1	0	1	6	1
6.3.2	0	2	1	1	0	0	1	0	0	2	0
6.3.3	0	1	2	1	0	1	1	0	0	3	0
6.3.4	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
6.3.5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6.4.1	0	3	2	0	1	1	0	0	0	2	1
6.4.2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	3
6.4.3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
6.5.1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
6.5.2	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Total	10	15	18	5	2	10	3	1	3	44	13

Fuente: Elaboración propia

La tabla 7.6.6, en la que las filas corresponden al tipo de encuadre, indica que el grupo con más encuadres en las columnas es el 13 (ley del matrimonio homosexual en *ABC*), seguido a gran distancia por la segunda ley del divorcio también en este periódico (grupo 3).

Atendiendo a las características propias de cada modelo de encuadre, el que más *frames* tiene es también el grupo 13, con 7 encuadres del 6.2.2 (descripciones personales que generan sentimientos de agravio, simpatía).

Destaca la poca presencia del encuadre 6.1 (atribución de responsabilidad) en todos los grupos, salvo en el 13.

Tabla 7.52. Clasificación de encuadres por tipos de artículos.

	G1, 1^a Aborto <i>ABC</i>	G2, 1^a aborto <i>EP</i>	G4, 2^a aborto <i>EP</i>	G6, 3^a aborto <i>EP</i>	G7, 4^a aborto <i>ABC</i>	G9, 1^a div. <i>ABC</i>	G10, 1^a div. <i>EP</i>	G12, 2^a div. <i>EP</i>	G, 13 m. h. <i>ABC</i>	G, 14 m. h. <i>EP</i>
6.1.1	0	2	6	1	0	0	1	0	1	0
6.1.6	1	1	0	3	0	1	0	0	1	0
6.2.1	1	3	2	1	0	0	0	0	0	1
6.2.2	0	4	7	7	2	0	1	1	4	2
6.2.5	0	0	5	1	0	0	0	0	2	0
6.3.1	1	2	4	4	0	2	0	0	1	0
6.3.2	1	1	3	3	0	1	0	0	1	0
6.3.3	1	2	5	6	1	0	0	1	0	1
6.4.1	0	7	4	5	1	1	3	1	0	1
6.4.2	0	3	3	1	0	0	0	1	0	1
Total	9	32	43	43	4	5	6	4	16	9

Fuente: Elaboración propia

Las filas corresponden al tipo de encuadre. En la tabla 7.6.7 señalamos algunos de los encuadres más destacados que aparecen en función del tipo de artículo. Así, los grupos con más *frames* son el 4 y el 6, ambos de *El País*.

Como puede observarse, el encuadre 6.2.2 (descripciones personales que generan sentimientos de agravio, simpatía) y el 6.4.1 (contiene algún tipo de mensaje ético o moral) tienen mucha presencia en varios grupos de ambos periódicos.

La diferencia de *frames* entre el grupo 1 y el 2 es muy amplia. En este sentido, hay que destacar que mientras que no aparece el encuadre 6.4.1 (algún tipo de mensaje ético o

moral) en el grupo 1, en el 2 se repite en 7 ocasiones este *frame*, alcanzando así la cifra más alta de toda esta tabla.

Tabla 7.53. Clasificación de encuadres en función de la ubicación en el grupo 3.

	Portada	Par	Impar	Contraportada
6.2.1	0	4	5	0
6.2.2	1	21	17	1
6.2.3	0	4	2	0
6.2.5	0	15	4	0
6.3.1	0	5	6	0
6.3.3	0	1	5	0
6.3.4	1	5	4	1
6.3.5	0	0	0	0
6.4.1	1	14	14	1

Fuente: Elaboración propia

Las filas representan los modelos de *frames*. Según la tabla 7.6.8, que recoge la ubicación de los *frames* del grupo 3 (segunda ley del aborto en *ABC*), el encuadre 6.2.5 (información visual que podría generar sentimientos de agravio, empatía, etc.) aparece en quince ocasiones en la página par, mientras que en las impares lo hace en cuatro.

El encuadre 6.4.1 (mensaje ético o moral) aparece en 14 ocasiones tanto en páginas pares como en impares, siendo así equitativo en lo que se refiere a la ubicación de las páginas interiores del diario.

Tabla 7.54. Clasificación de encuadres en función de la ubicación en el grupo 6.

	Portada	Par	Impar	Contraportada
6.1.1	1	5	2	0
6.1.3	0	12	5	1
6.2.2	0	20	7	0
6.2.5	1	19	5	0
6.3.1	1	14	4	0
6.3.2	1	12	3	0
6.3.3	2	20	6	1
6.4.1	0	14	6	1

Fuente: Elaboración propia

Las filas representan los modelos de *frames*. La tabla 7.6.9 indica que *El País* presenta los *frames* de la tercera ley del aborto en las páginas pares, ya que los encuadres que aparecen en esta ubicación son, en todos los casos, más numerosos que en el resto.

Asimismo, destaca la presencia del *frame* de conflicto (6.2) en las portadas.

Tabla 7.55. Clasificación de encuadres en función de la ubicación en el grupo 13.

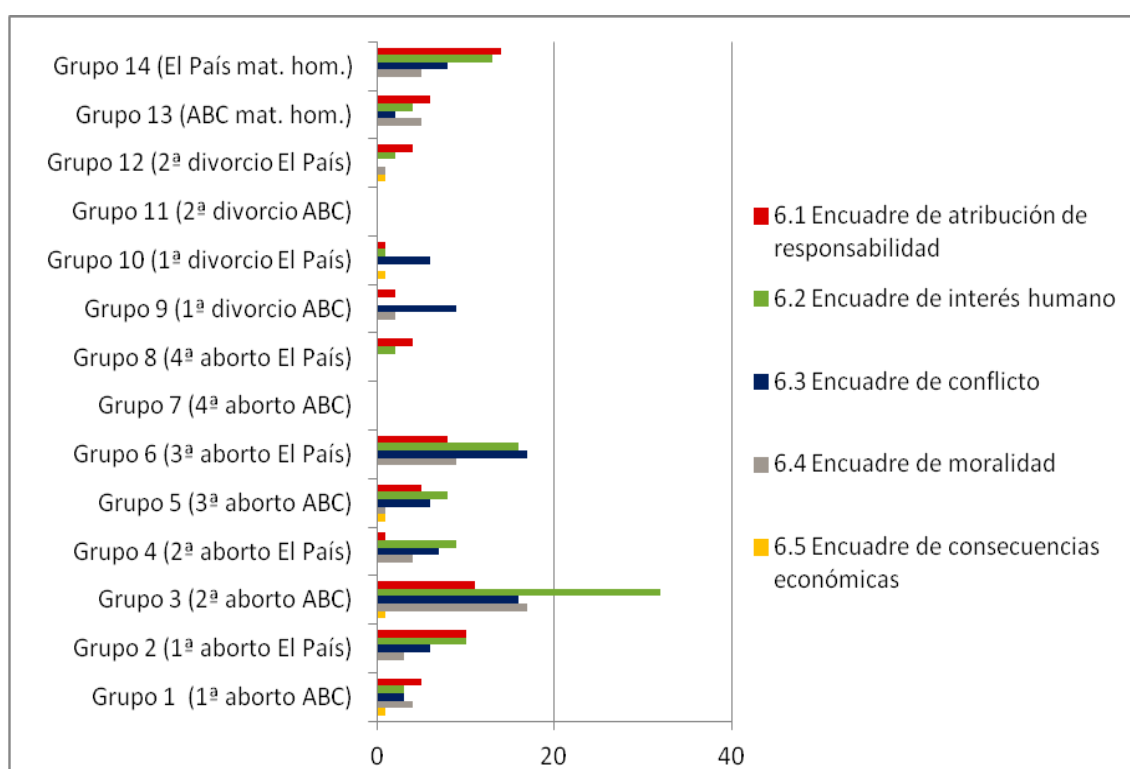
	Portada	Par	Impar	Contraportada
6.1.1	0	10	2	0
6.1.2	0	3	6	0
6.1.4	0	7	3	0
6.1.5	0	1	2	0
6.1.6	0	7	2	0
6.1.7	0	8	7	0
6.2.2	0	19	6	0
6.2.5	0	19	7	0
6.3.1	0	10	5	0
6.3.2	1	7	2	0
6.3.3	0	6	3	0
6.4.1	0	6	4	0

Fuente: Elaboración propia

Las filas representan los modelos de *frames*. En el caso de la tabla 7.6.10, la aparición de *frames* en las páginas pares también es superior en la mayoría de los modelos de encuadres.

Además, destaca que, a pesar de la presencia de un número bastante elevado de marcos en este grupo (ley del matrimonio homosexual en *ABC*) no hay *frames* en contraportada ni prácticamente en portadas; todo se concentra principalmente en las páginas pares y, en menor medida, en las impares.

Gráfico 7.18. Clasificación de encuadres en función de la noticia.



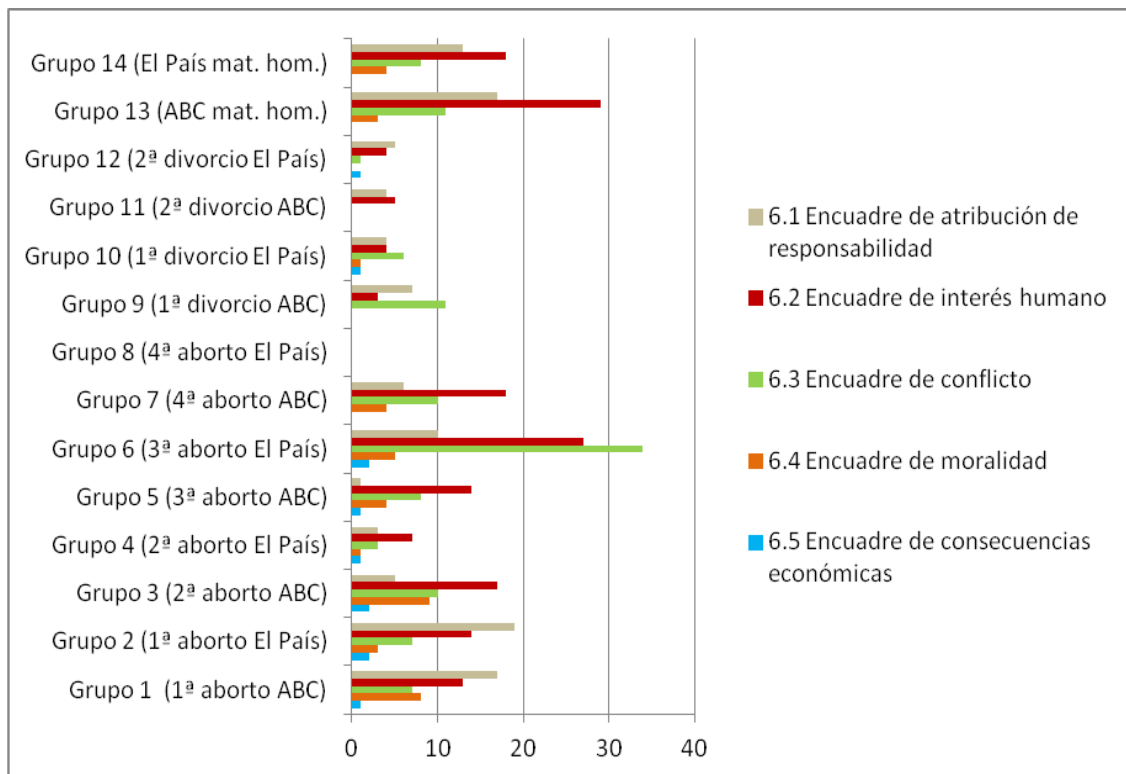
Fuente: Elaboración propia

El grupo 3 (segunda ley del aborto en *ABC*) es el que más *frames* tiene en las noticias y corresponden al 6.2 (interés humano), seguido del grupo 6 (tercera ley del aborto en *El País*), donde los encuadres 6.2 y 6.3 (conflicto) son los que más aparecen.

Siguiendo con el encuadre de conflicto, aparece en los dos diarios en la primera ley del divorcio, pero no en la segunda. Este *frame* también se incluye en ambos periódicos en las tres primeras leyes del aborto.

El encuadre 6.5 (consecuencias económicas) aparece en *El País* en las leyes del divorcio, y en el caso de *ABC*, en las tres primeras leyes del aborto.

Gráfico 7.19. Clasificación de encuadres en función de la crónica.

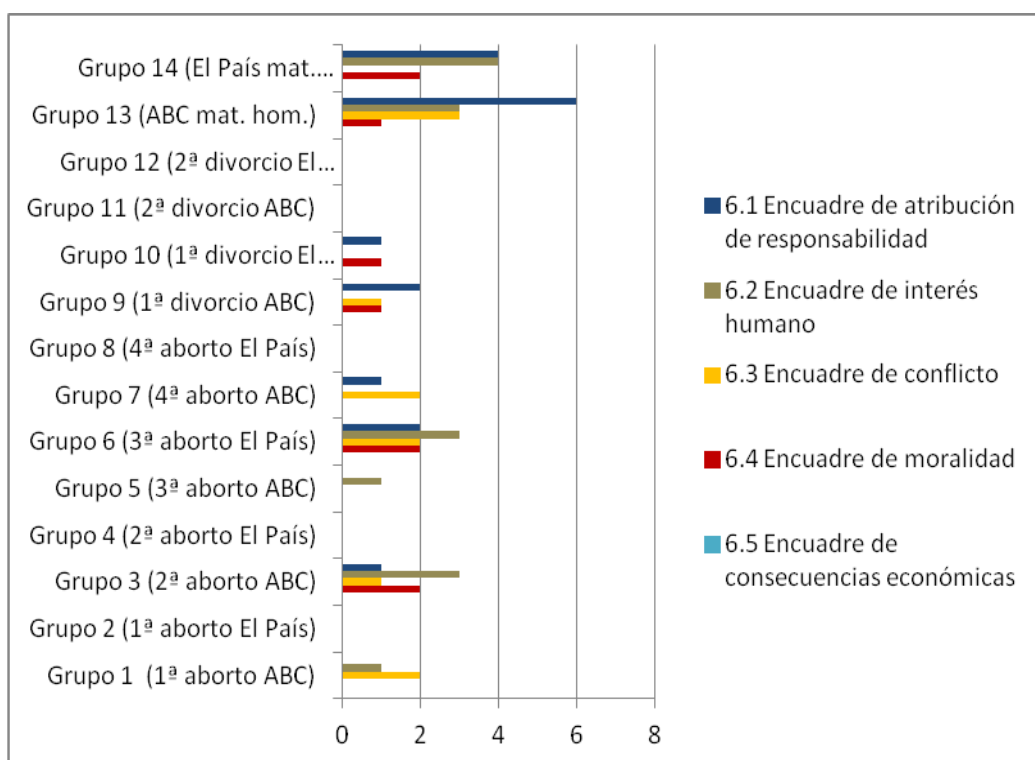


Fuente: Elaboración propia

Según indica el gráfico 7.6.12, el grupo que tiene más *frames* del mismo tipo en las crónicas es el 6, en concreto el 6.3 en el grupo 3. Atendiendo a la ley de matrimonio homosexual, se observa que ambos periódicos tienen un número parecido de cada tipo de *frames* (menos del encuadre de consecuencias económicas, que no hay en ninguno de los dos diarios).

En las tres primeras leyes del aborto, aparecen los cinco tipos de encuadres que incluimos en este análisis, tanto en *ABC* como en *El País*.

Gráfico 7.20. Clasificación de encuadres en función de la entrevista.

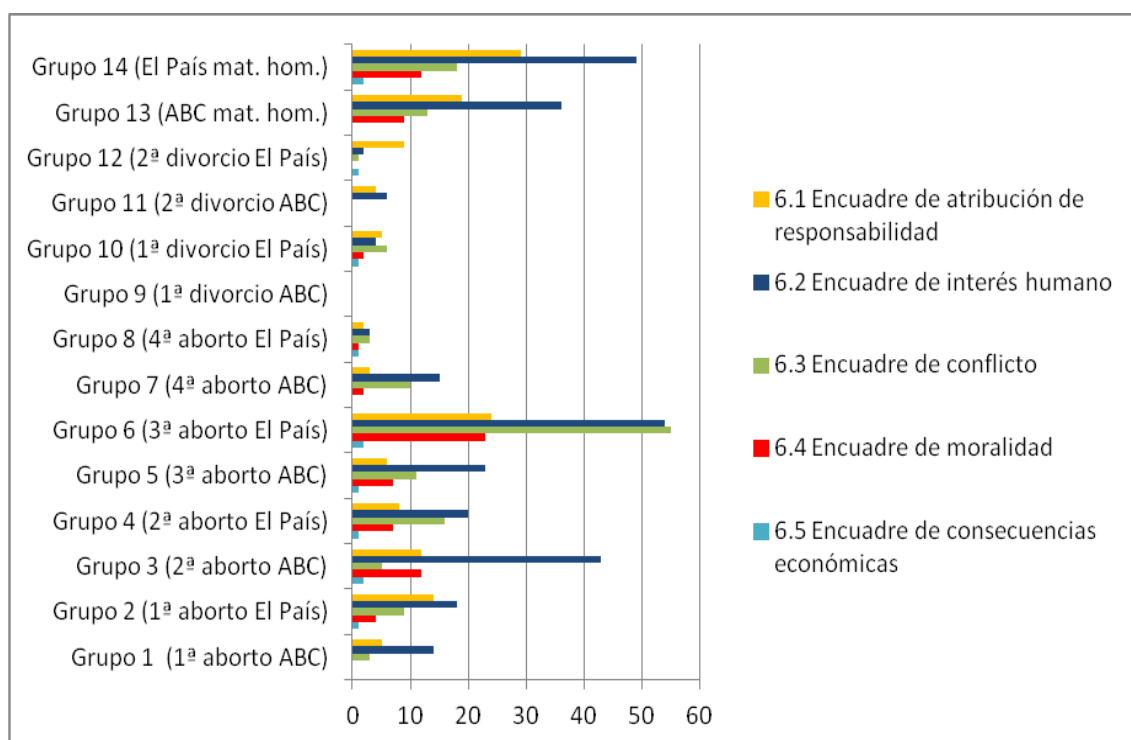


Fuente: Elaboración propia

El grupo en el que se repite más un mismo *frame* es el 13. Se trata del marco 6.1 (atribución de responsabilidad). Seguidamente, se encuentra este mismo encuadre y el 6.2 (interés humano) en el 14. Es decir, la ley que más encuadres similares tienen en las entrevistas que recogen los periódicos es la del matrimonio homosexual, tanto en *ABC* como en *El País*.

A pesar de que en varios grupos de *El País* y en el grupo 13 (matrimonio homosexual en *ABC*) aparece varias veces el encuadre de conflicto, en el grupo 14 (matrimonio homosexual en *El País*) no aparece.

Gráfico 7.21. Clasificación de encuadres en función de las fotografías.



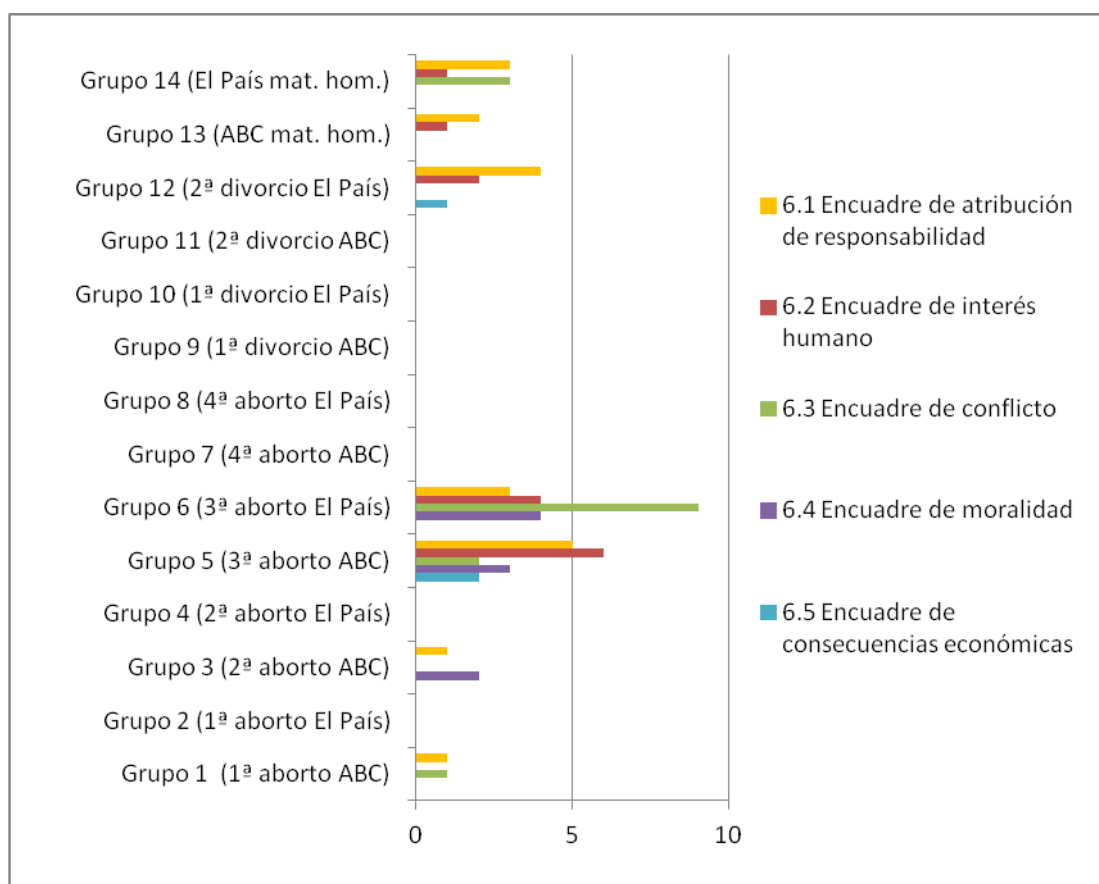
Fuente: Elaboración propia

El grupo que tiene más *frames* del mismo tipo es el 6. El tipo de encuadre que más aparece es el 6.3 (conflicto), en el grupo 6, pero el encuadre 6.2 (interés humano) en este mismo grupo y, seguidamente, en el grupo 14.

Destaca que todos los grupos (menos el 9, que no tiene ninguna fotografía) tienen el frame de interés humano, el de conflicto y el de atribución de la responsabilidad. Es decir, que las fotografías incluidas están cargadas de encuadres.

En el grupo 14 aparecen todos los *frames*, incluido el de consecuencias económicas, que no ha aparecido en el resto del análisis en lo que respecta a la ley del matrimonio homosexual.

Gráfico 7.22. Clasificación de encuadres en función del grafismo.

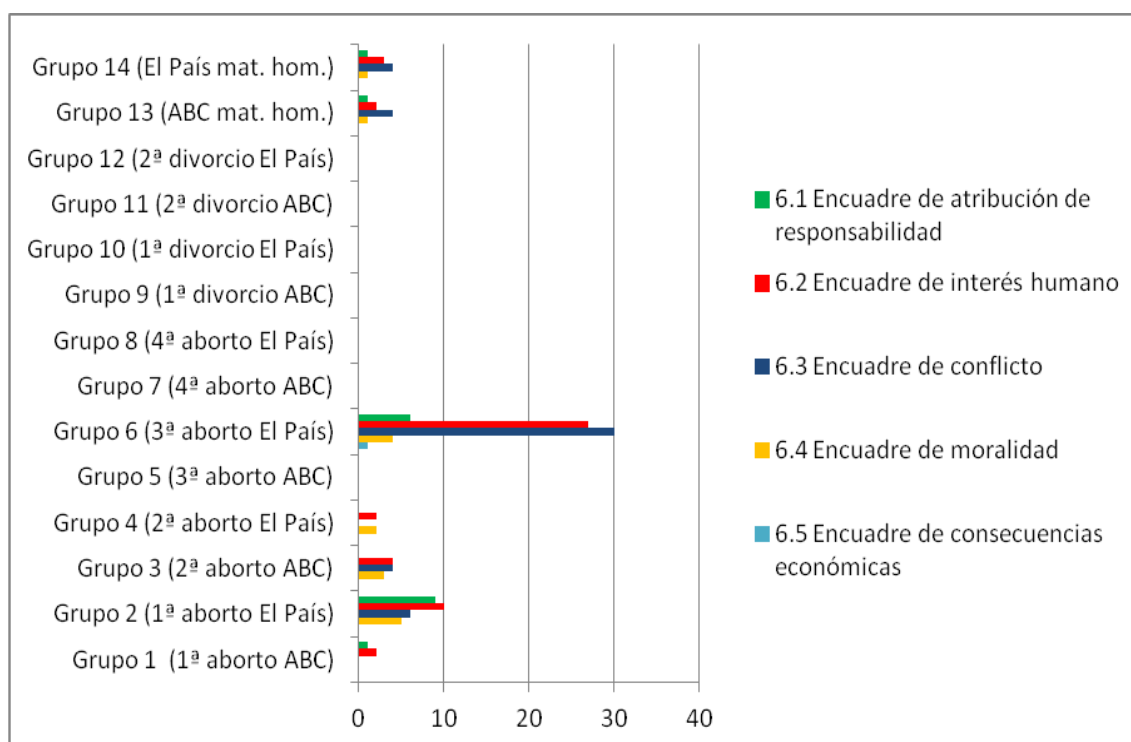


Fuente: Elaboración propia

Las columnas son el número de apariciones de cada *frame*. El *frame* más repetido es el 6.3 (conflicto) en el grupo 6. El único encuadre que se repite en todos los grupos en los que hay *frames* es el de atribución de responsabilidad.

El grupo que más tipos distintos de *frames* tiene es el 5, donde aparecen todos los tipos de encuadres.

Gráfico 7.23. Clasificación de encuadres en función de las viñetas.



Fuente: Elaboración propia

Las columnas son el número de apariciones de cada *frame*. Según el gráfico 7.6.16, el encuadre que más se repite es el 6.3 (conflicto), en el grupo 6, seguido por el 6.2 (interés humano) en ese mismo grupo.

Además, el grupo 6 también es el único que recoge en sus viñetas todos los tipos de *frames*. Por otro lado, el único encuadre que aparece en todos los grupos que tienen *frames* es el de interés humano.

Tabla 7.56. Tipo específico de cada encuadre según las fuentes.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Total
Iglesia católica	0	6	33	8	4	3	0	0	2	0	0	4	29	26	174
Asociaciones feministas	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Asociaciones pro vida	2	0	5	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	9
Ámbito de la Cultura	0	37	14	8	8	3	10	0	0	5	0	0	3	14	124
Ámbito del Derecho	11	11	16	0	9	25	0	0	4	2	0	1	16	9	132
PSOE	8	12	7	7	15	12	2	2	8	6	10	9	17	14	185
PP	21	13	34	12	11	33	36	3	7	0	0	3	39	20	294
IU	13	7	4	1	3	5	0	10	3	0	0	1	0	9	66
Profesionales sanitarios	7	0	20	1	3	20	0	0	0	0	0	0	0	0	51
UCD	4	0	0	0	0	0	0	0	11	17	0	0	0	0	49
Homosexuales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	27	60
Asociaciones de la familia	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	24
Asociaciones pro aborto	7	9	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	26
UPyD	0	0	4	9	2	5	0	0	0	0	0	0	0	0	20

Fuente: Elaboración propia

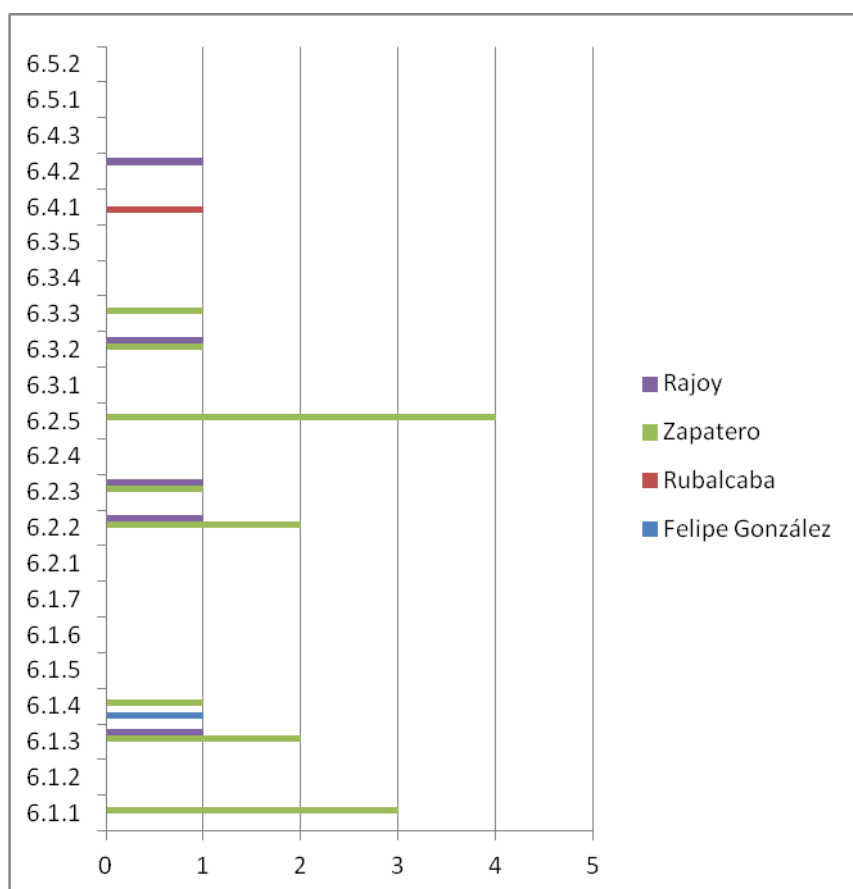
Las filas corresponden a los grupos. Según recoge la tabla 7.6.17, la fuente que más *frames* tiene en total es la número 8 (el Partido Popular) seguida a gran distancia por la 7 (PSOE), y de la número 1 (la Iglesia católica).

El grupo donde más *frames* tiene alguna de las fuentes es el 13, donde el PP tiene 39 *frames*. El grupo que más *frames* tiene en total es 3.

Respecto al ámbito de la sanidad, cabe destacar que los periódicos emplean reiteradamente esta fuente pero en diferentes leyes. *ABC* recoge varios *frames* de sanitarios en las dos primeras leyes del aborto, mientras que *El País* apenas tiene encuadres con esta fuente, pero en la tercera ley del aborto ocurre justo lo contrario.

Asimismo, la tabla 7.6.17 indica que, mientras que *ABC* no tiene ningún frame de pro abortistas en la tercera ley del aborto, *El País* tiene 10. Además, *ABC* no tiene *frames* de la Iglesia en la primera ley del aborto, pero en la segunda tiene 33.

Gráfico 7.24. Clasificación de *frames* por líderes políticos.



Fuente: Elaboración propia

El tipo específico de *frame* que más aparece es el 6.2.5 (información visual que podría generar sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión), seguido de 6.1.1 (muestra la cara humana de un tema o problema; con un ejemplo concreto del problema se presenta su lado más emocional). Ambos pertenecen a las declaraciones recogidas de Rodríguez Zapatero, quien, en total, tiene declaraciones con ocho tipos distintos de *frames* específicos, seguido por Rajoy, con cinco, algo proporcional a las iniciativas parlamentarias de las aquí incluidas que cada uno de ellos ha liderado.

Por su parte, Felipe González solo aparece con el frame 6.1.4 (se sugieren soluciones al tema abordado) a pesar de que fue el presidente que impulsó la primera ley del aborto y de que, como hemos visto en el capítulo referido a las leyes, lideraba el PSOE cuando se aprobó la primera ley del divorcio.

CONCLUSIONES

España tiene una subcultura cercana y otra alejada a la religión católica, que no siempre se han correspondido con el PP frente al PSOE respectivamente

El conflicto entre la corriente alejada a la religión católica frente a otra más cercana que aparece en este análisis no se corresponde siempre con la izquierda y la derecha española, respectivamente. Es cierto que las leyes que hemos analizado cuentan con la clara oposición de la Iglesia, pero no se puede decir lo mismo de los diversos partidos políticos que han gobernado.

Varias de las leyes de este estudio han sido aprobadas por partidos de centro-derecha, sin que eso haya significado que estas regulaciones hayan tenido que ser restrictivas. El mejor ejemplo es la cuarta ley del aborto o el apoyo del PP al divorcio. Además, las leyes del PSOE también han sido refrendadas por el PP total o parcialmente. Por lo tanto, el verdadero enfrentamiento social e ideológico en España se ha producido entre los políticos y la Iglesia, aunque es cierto que esa fractura es más evidente con los socialistas.

La vuelta que dio el Partido Popular a la regulación del aborto durante muchos años, hasta volver al punto de partida defendido por Felipe González, sumado al apoyo de una parte de la derecha al divorcio y la fragilidad dialéctica que mostró el PP al posicionarse mayoritariamente en contra del matrimonio homosexual, demuestran que en estos años de democracia ha habido una victoria clara de la subcultura progresista y separada del ámbito religioso, frente a otra conservadora y más cercana a la Iglesia católica. Este hecho denota que en España se ha producido un cambio de gran magnitud en los años de democracia en el que ha ido ganando terreno una cultura alejada de la religión y aperturista en la sociedad, en detrimento de las corrientes monistas y ligadas al catolicismo.

Esta hegemonía de la subcultura denominada progresista también se ha reflejado en la prensa a través de *El País*, que siempre se ha posicionado a favor de las medidas sociales del PSOE y en contra de las del PP por motivos políticos y por ser demasiado restrictivas para este diario. Respecto a *ABC*, no ha sabido o no ha querido manifestar su postura de manera firme y contundente con varias de las leyes estudiadas, al igual que el

espectro político de la centro-derecha española, lo que denota el triunfo de las regulaciones legislativas de carácter aperturista. De hecho, tanto UCD como el PP han llevado a cabo algunas de estas iniciativas o, en otros casos, han manifestado una postura contraria en determinados aspectos a las leyes del PSOE, pero no al grueso de la cuestión.

La legalización del divorcio marcó la victoria de una corriente más alejada del catolicismo frente a otra más cercana a la Iglesia

La primera ley del divorcio acabó con el partido político que la impulsó y costó su puesto al presidente Suárez debido a la diversidad de opiniones que había en el seno de la UCD, algo que ocurrió de forma similar en *ABC* porque este asunto se recogió sin mostrar una clara opinión editorial del periódico ni con un alto número de declaraciones de responsables públicos, aunque sí hubo varias columnas que mayoritariamente no estaban a favor. Esta ley fue la primera de todas las que se han incluido en este estudio y, siguiendo con las anteriores conclusiones, marca la ruptura social y política entre la corriente católica y otra que estaba más distanciada del ámbito cristiano.

Por otro lado, la segunda ley del divorcio no tuvo repercusión mediática a pesar de los importantes cambios técnicos que supuso la normativa, que modificaba de manera importante el concepto de la ruptura matrimonial en nuestro país. El hecho que evidenció esta escasa presencia mediática tiene que ver con el contexto histórico en que se aprobó esta medida y al que nos hemos referido anteriormente: se produjo a la vez que la aprobación del matrimonio homosexual y la muerte del Papa Juan Pablo II. Esta situación generó un cúmulo de productos mediáticos (o *frames* culturales) relacionados con la religión católica, con el concepto del matrimonio, con la libertad, el papel del Estado y con las políticas denominadas “sociales”, que hicieron que el divorcio se encasillara claramente en los patrones de percepción mediáticos defendidos por Tábara y Costejá¹.

¹ TÁBARA, J.D. y COSTELLÁ, M. (2001): *Las culturas del agua en la prensa española. Los marcos culturales en la comunicación sobre el Plan Hidrológico Nacional*, Universidad Autónoma de Barcelona.

El matrimonio homosexual fue una lucha descarnada en el plano mediático, pero con claros precedentes sociales

La ley del matrimonio homosexual tuvo una carga de información y de opinión muy elevada en España y mostró las posturas encontradas de las dos subculturas enfrentadas. Sin embargo, esta medida venía precedida del histórico enfrentamiento entre el sector más católico y el menos cercano a la Iglesia, y/o entre conservadores y progresistas que se había producido en los años de democracia precedentes.

Es decir, que en esta ley tuvo un papel muy relevante la perspectiva construccionista defendida por Van Gorp², ya que se trató de un proceso en el que entraron en juego significados, mensajes y contextos políticos y culturales repetidos años atrás, algo que es fundamental para entender el entorno en el que se desarrolló la ley que permitía casarse a las personas del mismo sexo.

Siguiendo a Dader³, hay que apuntar que en esta ley fue significativa la forma de presentación de la información, revestida de objetividad y estandarizada en los periódicos debido a la prioridad que se da a la inmediatez, el impacto dramático y la sencillez de comprensión de un tema tan delicado como el concepto del matrimonio.

***El País* está estrechamente vinculado al PSOE y ABC a la derecha, no al PP.**

A pesar de que *ABC* y *El País* muestran una firme defensa de su identidad política, por encima de partidos y personalidades políticas, en el caso del segundo diario no es así, ya que está estrechamente vinculado al PSOE, no a la izquierda española. Este periódico defiende siempre los postulados socialistas, lo que le hace incurrir en claras

² VAN GORP, B. (2007): The constructivist approach to framing: bringing cultura back in. *Journal of communication*, 57, 60-78.

³ DADER, J. L. (1990a): Las provincias periodísticas de la realidad. *Comunicación y Sociedad*, 1, p. 94.

contradicciones editoriales y demuestra que, en contra de la autodefinición de hace este rotativo, no es un medio de comunicación independiente.

Como se puede observar en los resultados de este estudio, los patrones de argumentación, las posturas a favor o en contra sobre cada ley, los marcos que aparecen en la opinión y en el modo de presentar la información en *El País* coinciden claramente con los del PSOE. En *El País*, a excepción del PSOE, la izquierda española o los sectores progresistas no tienen el protagonismo o la presencia mediática que les debiera corresponder por el papel que ocupan en la sociedad en el momento de la tramitación de estas leyes. Es decir, hay cierta indiferencia hacia las asociaciones feministas, o, por ejemplo, hacia los políticos de Izquierda Unida o el PCE, que siempre han tenido presencia –con mayor o menor peso– en el ámbito social y parlamentario español.

Por lo tanto, se corrobora la lealtad de *El País* hacia el PSOE, como defendía el ex director de *ABC*, Luis María Ansón⁴, en unos años en los que estas críticas generaron grandes guerras mediáticas y personales entre ambos grupos de comunicación.

ABC presenta un contenido periodístico muy en la línea de la derecha española de cada momento. Sobre las leyes del divorcio, este periódico no da claros síntomas de la postura real que adopta, aportando opinión e información tanto a favor como en contra (al igual que ocurría entre los políticos del centro derecha, divididos y enfrentados con este asunto).

Además, con la primera, tercera y cuarta ley del aborto *ABC* tampoco se posiciona claramente. En este caso, los políticos de centro-derecha se posicionaron en contra en la ley de Felipe González y de manera dispar en la cuarta, impulsada por Mariano Rajoy, mostrando una confrontación muy acentuada en este espectro político.

En lo que respecta a la segunda ley, impulsada por Rodríguez Zapatero, *ABC* se posiciona radicalmente en contra, al igual que el centro-derecha español.

⁴ CRUZ, J. (1996): *Una memoria de “El País. 20 años de vida en una redacción*, Plaza y Janés editores, Barcelona, p. 83.

Con el matrimonio homosexual, *ABC* se posiciona principalmente en contra a través de marcos semánticos y visuales muy contrarios a estas leyes, pero también ofrece algún síntoma de aceptación de esta regulación, al menos parcialmente en lo que se refiere a ciertos aspectos técnicos de la legislación. Es decir, que mantiene la misma visión que la el centro-derecha, ya unificado en el Partido Popular.

El poder de los *frames* en el ámbito político es evidente, como puso de manifiesto la regulación del aborto

Los marcos tienen mucha importancia en el ámbito político. El uso de *frames* permite dirigir hacia uno u otro camino una controversia suscitada a raíz de la tramitación parlamentaria o de las promesas de los partidos políticos y gobiernos. También permiten presentar de una manera determinada un elemento nuevo ante la sociedad, es decir, una legislación sobre algún asunto inusual, alejado de las inquietudes cotidianas o incluso un tema desconocido. Un claro ejemplo del peso de los *frames* en el ámbito político es la regulación del aborto.

Las leyes del aborto han supuesto históricamente una clara y evidente falta de consenso en la derecha española. Las dos primeras leyes, impulsadas por el PSOE, evidenciaron una postura contraria a este asunto dentro de los partidos conservadores. Este hecho fue más evidente con la segunda, una regulación que se trató de popularizar desde las corrientes de izquierdas a través de marcos relacionados con *frames* vinculados únicamente a la igualdad y libertad de la mujer.

A pesar de que la derecha se había mostrado contraria a la legalización del aborto en el periodo de Felipe González, el PP de José María Aznar no prohibió esta práctica ni hizo ninguna regulación legislativa sobre este asunto en los ocho años al frente del Ejecutivo de la Nación.

Sin embargo, con la llegada de Rajoy al poder se impulsó una ley abortiva que fue duramente atacada por la prensa y que no reunió los apoyos suficientes entre los dirigentes del Partido Popular ni entre la prensa conservadora. La presión tanto interna como mediática (manifestada a través de declaraciones de diversos representantes políticos del propio partido, líderes de opinión, representantes de diversas asociaciones,

etc.) provocó la retirada de este anteproyecto de ley, a pesar de que el PP tenía una amplia mayoría absoluta para haberla impulsado. Esta crisis también motivó la dimisión del ministro de Justicia, Alberto Ruíz-Gallardón, que fue el encargado de liderar esta legislación.

Finalmente, el mismo Gobierno del PP logró impulsar una regulación del aborto, muy parecida a la de Felipe González, lo que marcó un verdadero logro para Mariano Rajoy a pesar de algunas críticas internas que hubo en el seno del PP. El éxito se debió a que, tras un intento fallido, el líder popular había conseguido aunar el respaldo necesario para aprobar esta ley y a que nunca antes nadie de su partido ni en el centro-derecha había logrado aprobar en el Parlamento español una norma abortiva.

A pesar de esto, las divisiones dentro del partido en torno a la aprobación de una ley del aborto similar a la del PSOE, pero estas discrepancias se limitaron al malestar expresado por algunos políticos y sectores del PP, en ningún caso supusieron una crisis interna de gran calado. La relevancia política y periodística de esta ley radica en que, después de muchos años, el PP afrontó una regulación sobre el aborto, cumpliendo así en mayor o menor medida con una promesa a su electorado sobre la regulación de este asunto.

Los marcos que aparecieron en la prensa en la tercera ley del aborto perjudicaron gravemente la imagen del Gobierno con este asunto no solo por la regulación en sí del aborto, sino que también por los conflictos internos y falta de capacidad del Partido Popular para proyectar esta tramitación.

En el caso de la cuarta ley, los silencios de la prensa sobre este asunto, sumados al tono suave de las opiniones y declaraciones que se vertieron acerca de esta legislación y a la escasa aparición de *frames* favorecieron el éxito de la segunda iniciativa parlamentaria de Mariano Rajoy en materia abortiva.

Por lo tanto, hay que resaltar el papel crucial del *framing* en las leyes del aborto impulsadas por Mariano Rajoy: en la primera de ellas el enmarcado de los medios fue un duro obstáculo para conseguir el objetivo que se había fijado el Gobierno, pero en el segundo caso fue una palanca sobre la que se logró aprobar una ley prometida al electorado y muy deseada por el presidente del Gobierno.

Tras el ejemplo de estas dos leyes, podemos corroborar la defensa que hace Franco Delle⁵ del papel determinante que tienen los tipos de *framing* que se emiten (a través de los medios o de los partidos políticos) sobre asuntos o personajes públicos para lograr el éxito.

La postura de los periódicos no siempre es coherente con su ideología

Partiendo de la importancia que tiene el contexto para el análisis del *framing* y de la relevancia de los editoriales como textos en los que los periódicos manifiestan su postura acerca los temas de actualidad, se puede afirmar que *ABC* no se posiciona claramente ni a favor ni en contra del aborto –salvo de la ley de Zapatero, que se muestra radicalmente en contra- ni del divorcio. En todos estos casos, o hay opiniones propias del diario tanto a favor como en contra, o no aclara su posicionamiento, o no se manifiesta. Lo mismo ocurre con las diversas corrientes políticas de la derecha española, lo que marca la alineación de *ABC* con esta corriente ideológica.

En los casos en los que *ABC* no se manifiesta claramente sobre algunas de estas leyes, este diario aparca su ideología y sus principios para no aclarar su postura al respecto, en línea con las opiniones contrapuestas que se dieron en el centro-derecha español.

El País opina de manera distinta sobre leyes similares acerca del aborto. En la primera ley, impulsada por Felipe González, se posiciona a favor, pero en la cuarta, que es muy parecida y que fue aprobada por el PP de Mariano Rajoy, se posiciona en contra. Es decir, que mantiene la misma línea cercana al PSOE que hemos indicado anteriormente y no defiende una postura más coherente ante hechos casi similares.

Por lo tanto, ambos diarios no han cumplido con la función que debe tener el género editorial y, en general, con la función de opinión de la prensa española, jugando a la ambigüedad en algunos casos, no aclarando su postura en otros o defendiendo una cosa y la contraria, según el momento político y social.

⁵ DELLE, F. (2013): Merkel gana, todos pierden. La importancia del frame estratégico en la campaña electoral alemana. *Revista El Molinillo, de la Asociación de Comunicación Política*, 58, 12-16.

La escasa presencia de entrevistas de *El País* contrasta con el elevado uso de adjetivos y descripciones personales

En cuanto a los aspectos técnicos y criterios generales de los textos periodísticos que hemos estudiado, cabe destacar que hay pocas entrevistas en este análisis, especialmente en *El País*, a pesar de la relevancia de este género periodístico. Yanes⁶ afirmaba sobre la entrevista que aporta información de primera mano de los actores implicados o protagonistas de cualquier acontecimiento, cuya opinión, debido a su relevancia social, al cargo que ocupa o a su implicación en hechos de la actualidad informativa, son de interés general.

Esta ausencia de declaraciones de primera mano de los protagonistas sobre las leyes estudiadas a través de las entrevistas contrasta con el elevado uso del tipo de *frame* de interés humano que hace referencia al uso de adjetivos o descripciones personales que generan sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión, y que es el encuadre más repetido en todo el análisis. Esto es otro síntoma de la inexistencia de independencia en la prensa y reafirma la idea de que la objetividad no existe, como planteamos en el capítulo dedicado al *framing*. Todo ello, a pesar de los intentos que tienen los periódicos de autodefinirse como independientes —especialmente *El País*— o como soportes periodísticos en los que se presenta la información de manera rigurosa y aséptica, alejándola de los contenidos de opinión.

La opinión de los colectivos profesionales y sociales es una mera herramienta empleada por los medios en función de su interés editorial

La prensa utiliza la presencia o la ausencia de diversos colectivos profesionales y sociales con cada una de las leyes para forjar su postura, de tal modo que en ocasiones aparecen declaraciones u opiniones de portavoces de estas asociaciones hablando sobre una determinada ley que regula un asunto vinculado a la motivación principal de alguno de estos organismos, mientras que en otras ocasiones similares no aparecen estos colectivos a pesar de tratarse de medidas similares o sobre el mismo asunto. Una prueba

⁶ YANES, R. (2004): El artículo, un género entre la opinión y la actualidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 58, p. 83.

de esto es la aparición selectiva tanto en *El País* como en *ABC* de expertos sanitarios o del ámbito del Derecho.

El evidente uso que se ha hecho de los colectivos y asociaciones en la prensa ha servido de herramienta para respaldar los intereses de los políticos y de los diarios, ejerciendo con su presencia una labor mediática positiva o negativa, o marginando y ninguneando con su ausencia en los periódicos el rol de estos colectivos.

Como recuerda Sanmartí⁷, en los casos en los que los periódicos han decidido incluir la opinión de estos sectores, han adquirido una gran relevancia al haberse presentado en los medios como colectivos con un protagonismo creciente en la esfera política, lo que les ha valido para conseguir el reconocimiento legal y social de sus derechos.

Las imágenes de *ABC* cobran un especial significado porque dicen lo que el periódico no cuenta.

Las fotografías aparecen en *El País* y en *ABC* como verdaderas fuentes de información y de opinión en la prensa escrita. En el caso de la opinión, es más que obvio en lo que se refiere a las viñetas y grafismos por su propia esencia de estas modalidades de imagen gráfica.

Los dos periódicos que hemos analizado cumplen estrictamente con el papel de la fotografía periodística, es decir, mostrar un mensaje visual que casi siempre va acompañado de un texto, todo ello vinculado a un hecho noticioso. Estas fotografías tienen en ambos diarios una gran carga de todos los tipos de marcos genéricos, especialmente los de conflicto y atribución de la responsabilidad. Es decir, que la fotografía cumple con un papel muy importante en ambos periódicos.

Pero el uso de la imagen, en general, y de la fotografía, en particular, cobra un especial significado en el caso de *ABC* porque suple lo que el periódico no cuenta en sus textos. Este diario, tiene menos fotografías que *El País* con gestos violentos pero más

⁷ SANMARTÍ, J. M. (2001): Los nuevos mediadores en el periodismo político. *Binaria: Revista de comunicación, cultura y tecnología*, 1, 1579-1300.

fotografías localizadas en la calle (es decir, más reivindicativas), no se define claramente sobre varios de los asuntos que se tratan en el análisis, mostrando una postura confusa o casi inexistente en leyes como la última del aborto, si bien es cierto que no tiene imágenes en la primera ley del divorcio.

Además, esta idea se refuerza con la visión al respecto de autores como Olmos, que defiende que este periódico “utiliza como nadie las fotografías y los dibujos” por la excesivas críticas partidistas y desproporcionadas que hace en algunas ocasiones a través de la imagen⁸.

Futuras líneas de investigación

Esta tesis doctoral abre, al menos, dos posibles líneas de de investigación futuras: por un lado, analizar cómo reflejaron estas mismas cuestiones la radio y la televisión. Por otro, estudiar -siguiendo la misma metodología- otras legislaciones que hayan generado una controversia política y social similar en la sociedad española.

⁸ OLMOS, V. (2002): *Historia del ABC*, Plaza y Janés, Barcelona, 644-646.

BIBLIOGRAFÍA

Resumen

- DE VREESE, C., PETER, J., y SEMETKO H. (2001): Framing politics at the launch of the euro: a cross national comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18, 107-122.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (1998): *Curso general de redacción periodística*, Paraninfo, Madrid.
- SAUSSURE, F. (1959): *Course in General Linguistics*, Mc Graw-Hill, New York, 166-168.
- SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M. (2000): Framing European politics: a content analysis of press and television news, *Journal of Communication*, 2, (50) p. 93-109.

Capítulo 1

- ÁLVAREZ, I. (2004): *Los usos estratégicos del framing (La campaña electoral municipal de Madrid 2003)*, Universidad Complutense de Madrid, España.
- ARDÈVOL-ABREU, A. (2015): Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España, *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450.
- BALLESTEROS, C. A. (2012): *Los marcos informativos del cannabis en la prensa española: Aplicación de las teorías del “framing” y de la “Agenda-Setting”*, Universidad Complutense de Madrid.
- CARBALLIDO, P. C. (2010): *El proceso de construcción de la violencia contra las mujeres: Medios de comunicación y movimiento feminista. Una aproximación desde la teoría del framing*, Universitat Jaume I, Castellón de la Plana, España.
- CASTEJÓN, E. (1992): *La verdad condicionada*, Corprensa, Venezuela.
- CHIU, A. (2016): *El framing de la imagen política (campaña electoral: México 2015)*, Universidad Autónoma Metropolitana.
- CONGRESO DE LOS DIPUTADOS, *Constitución española de 1978*. Disponible en:
<http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=66&fin=80&tipo=2>
- D'ANGELO, P. (2002): News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52 (4), 870–888.
- DEL MANZO, M. B. (2013): El cuerpo femenino, terreno de debate público. *Questtiion*, 38, 1-13.
- DELLE, F. (2013): Merkel gana, todos pierden. La importancia del frame estratégico en la campaña electoral alemana. *Revista El Molinillo, de la Asociación de Comunicación Política*, 58, 12-16.

- *EL PAÍS* (2014): *Rajoy confirma la retirada de la ley del aborto por falta de consenso*. Disponible en:

http://politica.elpais.com/politica/2014/09/23/actualidad/1411473129_685551.html
- ENTMAN, R. (1991): Symposium framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of communication*, 41, 6-27.
- ENTMAN, R. (1993): Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43, 51-58.
- ESCRIBANO, M. I. (2014): *Encuadres de la violencia de género en la prensa escrita y digital, nacional y regional. La Verdad, La Opinión, El Mundo y El País desde la teoría del Framing (2005-2010)*. Universidad de Murcia, España.
- GOFFMAN, E. (1981): *Forms of Talk*, Basil Blackwell, Oxford.
- LAKOFF, G. (2007): *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político* (v.o. 2004). Editorial Complutense. Madrid.
- MARTÍNEZ, B. (2015): *Movilizaciones y discursos sobre familia y matrimonio homosexual y su tratamiento en la prensa (Un bienio crucial en España: 2004-2005)* Universidad de Salamanca, España.
- MARTÍNEZ-CALCERRADA, L. (2011): *La familia en la sociedad actual española: (machismo, homosexualidad, matrimonio y aborto)*, Pígalión Edypro, Madrid.
- MUÑIZ, C. (2015): La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital”, Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), *Comunicación y Sociedad*, 23, 67-95.
- PLATERO, R. L. (2016): *La interseccionalidad en las políticas públicas sobre ciudadanía íntima: los discursos y la agenda política española (1995-2012)*, Universidad Nacional de Educación a Distancia, España.

- RODRÍGUEZ, C. (2008): Tratamiento periodístico de las “células madre” desde la perspectiva del *Framing*. El País y ABC (1996-2006), *Doxa comunicación*, 7, 165-171.
- RODRÍGUEZ, C. (2015): La teoría del *framing* aplicada al ‘rescate’ a España, en *MARCO*, 1, 63-81.
- RUIZ-CECILIA, R., GUIJARRO-OJEDA, J. R. (2016): Lenguaje e ideología. A propósito de la nueva ley del aborto española. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 71, 202-217.
- SÁNCHEZ, J. J., y BERGANZA, M. R., (1999): *Framing* en la prensa española: La información sobre la muerte y funeral de Diana de Gales, *Comunicación y Sociedad*, 1, 137-161.
- SÁNCHEZ, S. (2016): El discurso de los cibermedios ante la crisis económica y revuelta social en España, *Tonos digital*, 31.
- SAUSSURE, F. (1959): *Course in General Linguistics*, Mc Graw-Hill, New York.
- SCHEUFELE, D. A. (2000): Agenda setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication, en *Mass Communication and society*, 3, 297-316.
- VALERA, L. (2014): *Agenda Building y frame promotion en la campaña electoral de 2011. La circulación del discurso entre partidos, medios y ciudadanos*, Universidad de Valencia. España.
- VALERA, L. (2016): El sesgo mediocéntrico del framing en España: una revisión crítica de la aplicación de la teoría del encuadre en los estudios de comunicación. *Revista ZER*, 41, 26.
- VICENTE, M. y LÓPEZ, P. (2009): Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España, *Revista ZER*, 26, 13-34.

- YANES, R. (2006): Límites éticos del mensaje persuasivo en la comunicación política, *Revista Zer*, 20, 57-69.
- ZURITA, U. (2015): La violencia escolar desde los medios de comunicación y el poder legislativo en México. *Revista Sophia*, v.11 (1), 81-93.

Capítulo 2

- AGOSTINI, A. (1984): La tematizzazione. Selezione e memoria dell'informazione. *Problemi dell'informazione*, 4, 531-560.
- AMADEO, B. (1999): *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*. Universidad de Navarra, Pamplona.
- AMADEO, B. (2008): *Framing: Modelo para armar*. En BAQUERÍN RICCITELLI, M. T. (2008) (ed.): *Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta*. EDUCA, Buenos Aires, 183-237.
- ARUGUETE, N. (2011): *Framing. La perspectiva de las noticias. La Trama de la Comunicación*. UNR Editora.
- ARUGUETE, N. y AMADEO, B. (2013): Medios y miedos. La cobertura de la inseguridad en la Argentina. *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales*. Universidad Nacional de La Matanza, 3, 17-33.
- AZPÍROZ, M. (2012): *Diplomacia pública. El caso de la guerra contra el terror*. Barcelona: UOC.
- BALLESTEROS, C. A. (2012): *Los marcos informativos del cannabis en la prensa española: Aplicación de las teorías del “framing” y de la “Agenda-Setting*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- BARTOLOMÉ, M. y RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. (2012): Pugna de frames en el debate político español sobre la situación económica (2008-2011). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18, 439-457.
- BATESON, G. (1972): *A theory of play and fantasy (Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Antropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology*. Ballantine Books. New York.

- BENNETT, W. (1990): Toward a theory of press-state relations in the United States. *Journal of Communication*, 40 (2), 103–127.
- BENFORD, R. y SNOW, D. (2000): Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual review of sociology*, 611–639.
- BLUMLER, J. G. y GUREVITCH, M. (1995): *The crisis of public communication*. London – New York: Routledge.
- BORAH, P. (2011): Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of communication*, 61, 246–263.
- BROSIUS, H. B. y EPS, P. (1995): Prototyping through key events: news selection in the case of violence against aliens and asylum seekers in Germany. *European Journal of Communication*, 10, 391-412.
- CALLAGHAN, K. y SCHNELL, F. (2001): Assessing the democratic debate: How the news media frame elite policy discourse. *Political Communication*, 18, 183–213.
- CANEL, M. J. (1999): *Comunicación Política. Técnicas y Estrategias para la sociedad de la información*. Tecnos. Madrid.
- CAPELLA, J. y JAMIESON, K. (1997): *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford University Press, Nueva York.
- CARBALLIDO, P. C. (2010): *El proceso de construcción de la violencia contra las mujeres: Medios de comunicación y movimiento feminista. Una aproximación desde la teoría del framing*, Universitat Jaume I, Castellón de la Plana.
- CARRAGEE, K. y ROEFS, W. (2004): The neglect of power in recent framing research. *Journal of Communication*, 54, 214–233.
- CASERMEIRO, A. (2004): *Los medios en las elecciones: agenda setting en la ciudad de Buenos Aires*. Colección comunicación Editorial de la Universidad Católica Argentina.

- CASERO, A. (2009): El control político de la información periodística. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354 a 366. Universidad de La Laguna. La Laguna (Tenerife).
- CHARRON, J. (1995): *Les medias et les sources. Les limites du modèle de l'agenda-setting*. Université Laval, Québec, 73-89.
- CHONG, D. y DRUCKMAN, J. (2007a): A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments. *Journal of Communication*, 57, 99–118.
- CHONG, D. y DRUCKMAN, J. (2007b): Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126.
- CHONG, D. y DRUCKMAN, J. (2010): Dynamic public opinion: Communication effects over time. *American Political Science Review*, 104, 663–680.
- COBB R. W. y ELDER C. (1972): *Participation in American politics: the dynamics of agenda-building*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.
- COHEN, B. (1963): *The press and foreign policy*. Princeton, NJ, Princeton, University Press.
- D'ANGELO, P. (2002): News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52 (4), 870–888.
- D'ANGELO, P. (2012): Studying Framing in Political Communication with an Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56 (3), 353-364.
- DADER, J. L. (1990): Las provincias periodísticas de la realidad. *Comunicación y Sociedad*, 1 y 2.
- DE VREESE, C., PETER, J., y SEMETKO H. (2001): Framing politics at the launch of the euro: a cross national comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18 (2), 107-122.

- DE VREESE, C. (2004): The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81 (1), 36-52.
- DE VREESE, C. (2005): News framing: Theory and typology. *Information design journal*, 13 (1), 51-62.
- DÍAZ-CAMPO, J., y SEGADO-BOJ, F. (2015): El uso de Facebook por parte de los cyberparlamentarios españoles. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 13, 365-379.
- Diccionario de la lengua española RAE. Ed. 1994.
- Diccionario Oxford Español-Inglés/Inglés-Español (2001). Ed. Oxford.
- DICKERSON, D. L. (2001): *Framing political correctness: The New York Times tale of two professors*, en REESE, S.D., GANDY, Oscar H. y GRANT A., E. (eds.): *Framing public life Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence. Erlbaum, Mahwah, 163-175.
- DOMKE, D., SHAH, D. y WACKMAN, D. (1998): Moral Referendums: Values, News Media, and the Process of Candidate Choice. *Political Communication*, 15 (3), 301-321.
- DRUCKMAN, J. (2001a): The Implications of Framing Effects for Citizen Competence. *Political Behavior*, 23 (3), 225-256.
- DRUCKMAN, J. (2001b): On the limits of framing effects: who can frame? *The Journal of Politics*, 63 (4), 1041-1066.
- EDY, J. y MEIRICK, P. (2007): *Wanted, dead or alive: Media frames, frame adoption, and Support for the War in Afghanistan*. Department of Communication, University of Oklahoma.
- ENTMAN, R. (1991): Symposium framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of communication*, 41 (4), 6-27.

- ENTMAN, R. (1993): Framing: toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of communication*, 43, 51-58.
- ENTMAN, R. (2004): *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- ENTMAN, R. (2007): Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57 (1), 163–173.
- ENTMAN, R. (2012): *Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct*. Cambridge/Malden: Polity Press.
- GAMSON, W. (1988): Political discourse and collective action. *International Social Movement Research*, 1 (2), 219–244.
- GAMSON, W. A. (1989): News as framing, *American Behavioral Scientist*, 33 (2), 157-161.
- GAMSON, W. y MODIGLIANI, A. (1989): Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *The American Journal of Sociology*, 95 (1), 1–37.
- GANDY, O. (1991): *Beyond Agenda-Setting*. En *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion and Policymaking*, 237-249. New Jersey. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers.
- GANS, H. J. (1979): *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Evanston: Northwestern University Press.
- GERHARDS, J. y RUCHT, D. (1992): Organizing and Framing in Two Protest Campaigns in West Germany. *Social Science Research Center*. 3, (98), 555-596.
- GIMÉNEZ, P. y BERGANZA, M. R., (2009): *Género y Medios de Comunicación*, Madrid, Fragua.
- GITLIN, T. (1980): *The Whole World is Watching. Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley. University of California Press.

- GOFFMAN, E. (1974): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. New York. Harper Colophon.
- GOFFMAN, E. (1981): *Forms of Talk*, Basil Blackwell, Oxford.
- GOLAN, G. y WANTA, W. (2001): Second level agenda setting in the new hampshire primary: a comparison of coverage in three newspapers and public perceptions o candidates”. *J & MC Quartely*, 2 (78), 247-259.
- GOMIS, L. (1987): *El medio media, la función política de la prensa*, Madrid, Seminarios y ediciones DL.
- GRABER, D. (1989): Content and meaning. What’s it all about? *American Behavioral Scientist*, 33 (2), 144-152.
- GROSSI, G. (1981): Professionalità e casi eccezionali, *Problemi dell'Informazione*, 6 (1), 71-86.
- GROSSI, G. (2007): *La opinión pública*. CIS. Madrid.
- HACKETT, R. (1984): Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 1 (3), 229-259.
- HÄNGGLI, R. (2012): Key Factors in Frame Building How Strategic Political Actors Shape News Media Coverage. *American Behavioral Scientist*, 56 (3), 300–317.
- HERRERA, M., y CASTÓN, P. (2003): *Las políticas sociales en las sociedades complejas*. Ariel, Barcelona.
- HUMANES, M. L. e IGARTUA, J. J. (2004): El encuadre noticioso de la realidad. Reflexiones teórico-metodológicas sobre el concepto de framing”. *Quaderns de Filologia*, 2, (8), 201-217.
- IGARTUA, J. J.; MUÑIZ, C.; CHENG, L. (2005): La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Revista Migraciones*, 17.

- IYENGAR, S.; KINDER, D. (1988): *News that matters. Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- JOHNSON-CARTEE, K. (2005): *News narratives and news framing: Constructing political reality*. Rowman & Littlefield Publishers.
- KAHNEMAN, D. y TVERSKY, A. (1984): Choices, values, and frames. *American psychologist*, 39 (4) 341-350.
- KENSICKI, L. J., (2004): No Cure for What Ails Us: The media-constructed disconnect between societal problems and possible solutions. *Journalism and Mass Communications Quarterly*.
- LAKOFF, G. (ed. 2007): *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político* (v.o. 2004). Editorial Complutense. Madrid.
- LECHELER, S.; DE VREESE, C.; y SLOTHUUS, R. (2009): Issue Importance as a Moderator of Framing Effects. *Communication Research*, 36, 400- 425.
- LEWIS, S. y REESE, S. (2009): What is the war on terror? Framing through the eyes of journalists. *Journalism y Mass Communication Quarterly*, 86, 85–102.
- LONGMAN (1993): *Top pocket English Dictionary*. Essex. Longman Group.
- LÓPEZ-ESCOBAR, E. y LLAMAS, J. P. (1996a): Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y segundo nivel. *Comunicación y sociedad*, 1 y 2 (9), 9-15.
- LÓPEZ R., P. (2010): Nuevas vías para el estudio del framing periodístico. La noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 16, 235-258.
- LUHMANN, N. (ed. 1978): *Opinione Pubblica* (v.o. 1970), en Ibid. Stato di Diritto e Sistema Sociale. Napoli. Guida.
- LUHMANN, N. (ed. 1995): *Poder* (v.o. 1975). Anthropos-Universidad Iberoamericana. Barcelona.

- MAHER, T. M. (2001): *Framing: an emerging paradigm or a phase of agenda setting?*. En REESE, S.D., GANDY, O.H., y GRANT, A. (eds.) *Framing public life. Perspective on media and our understanding of the social world*, Mahwah, NJ. Lawrence Erlbaum Associates, 83-94.
- MÁIZ, R. (2003): *La construcción mediática de la nación: marcos interpretativos identitarios en la prensa gallega (1977-1981)*, en SAMPEDRO, V., *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*, Icaria, Barcelona, 105-124.
- MARÍN, J. y ZAMORA, R. (2014): *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 1 (7).
- MARTÍNEZ Albertos, J. L. (2001): El mensaje periodístico en la prensa digital, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Universidad Complutense de Madrid, 7.
- MATTHES, J. (2012): Framing Politics: An Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56, 247-259.
- McCOMBS, M. (1996): *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*, en BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (1996), (v.o. 1994): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidós, Barcelona, 13-34.
- McCOMBS, M. (1997): *New frontiers in agenda-setting: agendas of attributes and frames*, en Convention annual de la Association for Education in Journalism and mass communication, Chicago, Estados Unidos.
- McCOMBS, M. (2004): *Setting the agenda: the mass media and public opinion*, Polity Press, Oxford.
- McCOMBS, M. (ed. 2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (v.o. 2004), Barcelona, Paidós.
- McCOMBS, M.; EVATT, Dixie (1995): Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 1, 7-32.

- McCOMBS, M. y GHANEM, S. (2001): *The convergence of agenda setting and framing*, en REESE, S. D., GANDY, Oscar H. y GRANT August, E. (eds.): *Framing public life Perspectives on media and our understanding of the social world*, Lawrence, Erlbaum, Mahwah, 67-83.
- McCOMBS, M. y SHAW, D. (1993), The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years on the marketplace of ideas, *Journal of Communication*, 43, 58-67.
- McLEOD, D. Y DETENBER, B. (2006): Framing effects of television news coverage of social protest, *Journal of Communication*, 49, 3-23.
- McLEOD, D. M., y HERTOOG, J. K. (1998): Social control and the mass media's role in the regulation of protest groups: The communicative acts perspective, *Mass media, social control and social change*, Ames, IA: Iowa State University Press, 305-330.
- McQUAIL, D. (2005): *Mass communication theory*. Thousand Oaks, California.
- MEYER, D. (1995): Framing national security: Elite public discourse on nuclear weapons during the Cold War. *Political Communication*, 12 (2), 173-192.
- MILLER, M.; y RIECHER, B. (2001): *The spiral of opportunity and frame resonante. Mapping the issue cycle in news and public discourse*. En REESE, S.D., GANDY, O.H.; y GRANT, A.E. (Eds.). *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 107-121.
- MOSCO, V. (2006): La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después, *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, 11, 57-79.
- MUÑIZ, C.; IGARTUA J. J.; DE LA FUENTE, M.; y OTERO, J.A (2008): Imágenes periodísticas de la inmigración. Aportaciones metodológicas al estudio de la comunicación visual. *Análisi*, 38, 33-34.

- MUÑIZ, C., IGARTUA, J. J. y OTERO, J. A. (2006): Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido. *Comunicación y Sociedad*, 19 (1) 103-128.
- NELSON M., TILLY C. y WALKER L, eds. (1997): *Transforming Post-Communist Political Economies*, Washington DC, National Academy Press.
- NEUMAN, R. W., JUST, M. R., CRIGLER, A. N. (1992): *Common knowledge. News and the construction of political meaning*, University of Chicago Press.
- NEWTON, K. (1999): Mass Media Effects: Mobilisation or Media Malaise. *British Journal of Political Science*, 29 (4), 577-599.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1984): *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*, University of Chicago Press.
- OLAUSSON, U. (2009): Global warming—global responsibility? Media frames of collective action and scientific certainty. *Public Understanding of Science*, 18 (4), 421–436.
- PAN, Z. y KOSICKI, G. (2001): *Framing as a strategic action in public deliberation*, en REESE, S. D.; GANDY, O. H.; Y GRANT, A. E. (eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- PORTO, M. (2002): *Framing the world of politics: How governmental sources shape the production and the reception of TF news in Brazil*, 23rd International Conference of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Barcelona.
- PRICE, V., NIR, L. y CAPPELLA, J. (2005): Framing public discussion of gay civil unions, *Public Opinion Quarterly*, 69 (2), 179–212.
- PRICE, V., TEWKSBURY, D. y POWERS, E. (1997): Switching Trains of Thought The Impact of News Frames on Readers Cognitive Responses, *Communication research*, 24 (5), 481–506.

- PRIDE, R. A. (1995): How Activists and Media Frame Social Problems: Critical Events Versus Performance Trends for Schools, *Political Communication*, 12, 5-26.
- RACHLIN, A. (1988): News as Hegemonic Reality. *American Political Culture and the Framing of News Accounts*, Nueva York, Praeger.
- REESE, S. (2001): Framing public life: a bridging model for Research, *College of Communication*, University of Texas, 148-154.
- REESE, S. (2007): The framing project: A bridging model for media research revisited, *Journal of Communication*, 57 (1), 148–154.
- REESE, S. (2010): *Frames in a Web of Culture: The Case of the War on Terror*, en D'ANGELO, P. y KUYPERS, J. A. (Eds.): *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. Nueva York: Taylor & Francis.
- RODRIGO. M., y MARTÍNEZ N., M. (1996): Minorías étnicas y prensa europea de élite, *Revista Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*. Barcelona.
- RODRÍGUEZ, R. (2004): *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, Universidad de Alicante.
- ROGERS, E. M. y DEARING, J. W. (1988): Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going? J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook*, 11.
- RUBIO, R. (2002): Los grupos de presión en España, una revisión pendiente. *Revista de las Cortes Generales*, 55, 165-252.
- RUBIO, R. (2007): La guerra de las democracias. *Asamblea: revista parlamentaria de la Asamblea de Madrid*, 16, 104.
- SÁDABA, M. T. (2001): Origen, aplicación y límites de la ‘teoría del encuadre’ (Framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 2 (14), 143-175.
- SÁDABA, M. T. (2006): *Framing: Una teoría para los medios de comunicación*, Ulzama, Pamplona.

- SÁDABA, M. T. (2008): *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- SÁDABA, M. T. y RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. (2008): *Quién establece los frames: ¿fuentes o medios? El debate del Estatut en la prensa española*, en J. M. LEGORBURU, *Estudios de Periodística XII, Sigilo y Transparencia*. Universidad CEU San Pablo. Madrid.
- SÁDABA, T., RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. y BARTOLOMÉ, M. (2012): Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política, *Observatorio (OBS)*, 6 (2), 109-16.
- SAMPEDRO BLANCO, V. (1996): *Nuevos movimientos sociales, agendas políticas e informativas: el caso de la objeción de conciencia*, Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones, CEACS, Madrid.
- SANMARTÍ, J. M. (2001): Los nuevos mediadores en el periodismo, *Binaria: Revista de comunicación, cultura y tecnología*, 1, 1579-1300.
- SAPERAS, E. (1987): *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Ariel, Barcelona.
- SCHEMER, C., WIRTH, W. y MATTHES, J. (2012): Value Resonance and Value Framing Effects on Voting Intentions in Direct-Democratic Campaigns, *American Behavioral Scientist*, 56 (3), 334-352.
- SCHEUFELE, D. A. (1999): Framing as a Theory of Media Effects, *Journal of Communication*, 49, 103-122.
- SCHEUFELE, D. A. (2000): Agenda setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication, en *Mass Communication and society*, 3, 297-316.
- SCHEUFELE, B. y SCHEUFELE, D. (2010): *Of Spreading Activation, Applicability, and Schemas*, en D'ANGELO P. y KUYPERS, J. (Eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*, New York: Taylor y Francis.

- SCHEUFELE, D. A. y TEWSBURY, D. (2007): Framing, Agenda Setting and Priming. The evolution of three media effects models, *Journal of Communication*, 1 (57), 9-21.
- SCHUDSON, M. (2003): *The sociology of news*, Norton, New York.
- SEGADO-BOJ, F.; DÍAZ-CAMPO, J.; y LLOVES-SOBRADO, B. (2015): Líderes latinoamericanos en Twitter. Viejas costumbres para nuevos medios en tiempos de crisis políticas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 156-173.
- SEMETKO, H. A. y CANEL, M. J. (1997): Agenda-Senders versus Agenda-Setters: Television in Spain's 1996 Election Campaign, *Political Communication Journal*, 14 (4), 457-479.
- SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M. (2000): Framing European Politics: A content analysis of press and television News, *Journal of Communication*, spring, 91-109.
- SHAH, D., DOMKE, D. y WACKMAN, D. (1996): To Thine Own Self Be True Values, Framing, and Voter Decision-Making Strategies, *Communication Research*, 23 (5), 509-560.
- SHEAFER, T. (2007): How to evaluate it: the role of story-evaluative tone in agenda setting and priming, *Journal of Communication*, 1 (57), 21-39.
- SHOEMAKER, P., y REESE, S. (1996): *Mediating the message*, Longman White Plains. New York.
- SINOVA, J. (1995): *El poder y la prensa: el control político de la información en la España felipista*. EIUNSA, Barcelona.
- SNIDERMAN, P. y THERIAULT, S. (2004): *The structure of political argument and the logic of issue framing*, en SARIS, W. E. y SNIDERMAN, P. M. (eds.), *Studies in Public Opinion: Attitudes, Nonattitudes, Measurement Error, and Change*, Princeton University Press.
- SNOW D. A. y BENFORD R. D. (1988): *Ideology, frame resonance, and participant mobilization*, en B. KLANDERMANS, KRIESI, H., y TARROW, S.

- (eds), *From Structure to Action: Comparing Social Movement Research across Cultures*. JAI Press. Greenwich.
- SOENGAS, X. (2007): El control de la información en televisión”, *Ámbitos*, 16, 325-341.
 - TÁBARA, J.D. y COSTELLÀ, M. (2001): *Las culturas del agua en la prensa española. Los marcos culturales en la comunicación sobre el Plan Hidrológico Nacional*. Universidad Autónoma de Barcelona.
 - TÁBARA, J. D.; COSTEJÀ, M.; Van WOERDEN, F. (2004): Las culturas del agua en la prensa española. Los marcos culturales en la comunicación sobre el Plan Hidrológico Nacional, en *Papers*, 73, 153-179.
 - TANKARD, J.W. (2001): *The empirical approach to the study of media framing*, en Reese, S.D., Gandy, O.H. y Grant, A.E. (Eds.) *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 95-106, Mahwah, NJ. Erlbaum.
 - TORRES, C. y ROBLES, J. M. (2015): *E-gobierno y ciberpolítica, España 2015: Situación social*, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
 - TUCHMAN G. (1983 [1978]): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, Gustavo Gili, Barcelona.
 - UNIÓN ROMANÍ (1999): *La prensa española ante el Pueblo Gitano 1998-1999*. Disponible en http://www.unionromani.org/per9899_es.htm
 - VAN GORP, B. (2007): The constructivist approach to framing: bringing cultura back in, en *Journal of communication*, 57 (1), 60-78.
 - VAN GROP, B. (2010): *Strategies to take subjectivity out of framing analysis*, en D'ANGELO, P. y KUYPERS J. A. (eds.): *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*, Taylor & Francis, New York.
 - VICENTE, M. y LÓPEZ, P. (2009): Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España, *revista de estudios de comunicación Zer*, 14 (26), 13-34.

- VLIEGENTHART, R. y ZOONEN, L. (2011): Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis. *European Journal of Communication*, 26 (2), 101-115.
- WEAVER, D.H. (2007): Thoughts on agenda setting, framing and priming, *Journal of Communication*, 57 (1), 142-147.
- WOLSFELD, G. (1997): *Media and political conflict: News from the Middle East*, Cambridge University Press.

Capítulo 3

- ABREU, C. (2001): Periodismo iconográfico (VII). Hacia una definición de caricatura. *Revista Latina de Comunicación Social*, 40, 1138-5820.
- ABRIL V., N. (1999): *Periodismo de opinión*, Síntesis, Madrid.
- ALDUNATE, A. F. y LECAROS, M. J. (1989): *Géneros periodísticos*, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- ALONSO E., M. (1995): *Fotoperiodismo: formas y códigos*, Síntesis, Madrid.
- ARMAÑANZAS, E. y DÍAZ, J. (1996): *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*, Editorial Universidad del País Vasco, Bilbao.
- AZNARES, M. (2001): *Declaraciones: 1976-2001. El País de nuestras vidas*. Disponible en elpais.es/especiales/2001/25aniversario/especial/01/repor3/p3.html
- BALSEBRE, A.; MATEU, M.; VIDAL, D., (1998): *La entrevista en radio, televisión y prensa*, Editorial Cátedra, Barcelona.
- BERNAL, M. (1997): *La crónica periodística. Tres aportaciones a su estudio*. Padilla Libros, Sevilla.
- BORRAT, H. (1989): *El periódico, actor político*, Gustavo Gili, Barcelona.
- BURKE, P. (2005). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica.
- CANEL, M. J. (1999): El País, ABC y El Mundo: tres manchetas, tres enfoques de la noticia, *Revista de estudios de comunicación*, 6, 97-117.
- CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (2004): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, Editorial Ariel, Barcelona.
- CASASÚS, J. M. (1991): *Evolución y prospectiva del Periodismo*, en CASASÚS, J. M. y NÚÑEZ L., L.: *Estilo y géneros periodísticos*, Barcelona, Ariel, 10-35.

- CASTEJÓN, E. (1989): *Técnicas de información*, Fondo editorial de Humanidades y Educación, Caracas.
- CEBRIÁN, M. (1992): *Géneros informativos audiovisuales*. Editorial Ciencia, Madrid.
- COLEMAN, R. (2002): *The Effects of Visuals on Ethical Reasoning: What's a Photograph Worth to Journalists Making Moral Decisions?*, Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Miami (EEUU), 4 al 11 de agosto de 2002.
- COMMITTEE ON MODERN JOURNALISM (1967): *Periodismo moderno*, México, Letras.
- DELLAMEA, A. B. (1995): *El discurso informativo. Géneros periodísticos*, Fundación Universidad a Distancia "Hernandarias", Buenos Aires.
- DOVIFAT, E. (1959): *Periodismo*. Tomo III. Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana, México.
- ELÍAS, C. (2003): *La ciencia a través del periodismo*, Nivola, Madrid.
- FERNÁNDEZ B., M. A. (2003): *El editorial. Un género periodístico abierto al debate*, Ediciones y publicaciones Comunicación social.
- FISHMAN, J. M. y MARVIN, C. M. (2003): Portrayals of Violence and Group Difference in Newspaper Photographs: Nationalism and Media, *Journal of Communication*, 1 (53) 32-44.
- FONTCUBERTA, M. de (1993): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Paidós, Barcelona.
- FREUD, S. (1969): *El chiste y su relación con el inconsciente*, Alianza, Madrid.
- GARCÍA, F. (1985): *Cómo escribir para la prensa*, Ibérico Europea de Ediciones, Madrid.
- GARGUREVICH, J. (1982): *Géneros periodísticos*, Editorial Belén. Ecuador.

- GIBSON, R., ZILLMAN, D. y SARGENT, S. (1998): *Effects of Photographs in News Reports on Issue Perception*. Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Baltimore (EEUU), 5 al 8 de agosto de 1998.
- GILLIAM, F., D. e IYENGAR, S. (2003): “Super-Predators or Victims of Societal Neglect? Framing Effects in Juvenile Crime Coverage”, 2003. Disponible en Internet: <http://pcl.stanford.edu/common/docs/research/gilliam/2003>
- GÓMEZ, M., (2012): La mujer en la prensa aragonesa. Análisis de los periódicos de referencia. *Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 10, 183 a 205.
- GOMIS, LL. (1974): *El medio media: la función política de la prensa*, Seminarios y Ediciones, Madrid.
- GOMIS LL. (1989): *Teoria dels Gèneres periodístics*. Generalitat de Catalunya, Centre d’Investigació de la Comunicació, Barcelona. En edición de 2008: “Teoría de los Géneros Periodísticos”. Universitat Oberta de Catalunya, 99-101.
- GONZÁLEZ, L., (1943): Periódico y periodismo, ediciones de *La Revista Índice*, La Habana, Cuba.
- GRAÑA, M. (1930): *La Escuela de Periodismo*, Compañía Ibero-Americana, Madrid.
- GRIJELMO, A. (2001): *El estilo del periodista*, Taurus, Madrid.
- GUBERN, R. (1988): *Mensajes icónicos en la cultura de masas*, Lumen, Barcelona.
- GUTIÉRREZ, J. (1984): *Periodismo de opinión*, Paraninfo, Madrid.
- JOHNSON, P. (1997): *Al diablo con Picasso y otros ensayos*, Javier Vergara Editor, Buenos Aires.
- KAYSER, J. (1966): *El Periódico. Estudios de morfología, de metodología y prensa comparada*, Ciespal, Quito.

- KAYSER, J. (1974): *El diario francés*, ATE, Barcelona.
- KNOBLOCH, S., HASTALL, M., ZILLMANN, D. y CALLISON, C. (2003): Imagery effects on the selective reading of Internet newsmagazines: A cross-cultural examination, *Communication Research*, 1 (30) 3-29.
- LEÓN, T. y TRAVESEDO, C. (2005): *El discurso eficaz de la viñeta gráfica*, en T. León (Dir.), 11M. *Las viñetas en la prensa*, Diputación de Málaga, p. 59-72.
- LÓPEZ, F. (1996): *La columna periodística. Teoría y práctica*, EUNSA, Pamplona.
- MARTÍN V., G. (1981): *Géneros periodísticos*, Paraninfo, Madrid.
- MARTÍNEZ, F. (1996): *Herramientas periodísticas*. Librería Cervantes, Salamanca.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1991): *Curso general de redacción periodística*, Thomson, Madrid.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (1998): *Curso general de redacción periodística*, Paraninfo, Madrid.
- MESSARIS, P., y ABRAHAM, L. (2001): *The Role of Images in Framing News Stories* en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 215-226.
- MORÁN, E. (1988): *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna*, editorial Eunsa, Pamplona.
- MUÑIZ, C.; IGARTUA, J. J.; OTERO, J. A. (2006): Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido, *Revista Comunicación y Sociedad*, 1, 103-128.
- MUÑOZ, J.J. (1994): *Redacción periodística. Teoría y práctica*, Librería Cervantes, Salamanca.

- PALANCO, M. N. (2009): Los textos periodísticos argumentativos: el artículo de fondo y el editorial, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, mayo 2009. Disponible en: www.eumed.net/rev/cccss/04/nmpl3.htm
- PARRATT, S. F. (2003): *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*. Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- PATTERSON, C. M. (2003): El buen reportaje, su estructura y características, *Revista Latina de Comunicación Social*, 56. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20035633patterson.htm>
- PEÑARANDA, R. (2000): *Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven?* Sala de Prensa, 26.
- QUESADA, M. (1984): *La entrevista, obra creativa*, Mitre, Barcelona.
- QUESADA, M. y FRATINI, E. (1994): *La entrevista: El arte y la ciencia*, Madrid, Eudema.
- RANDALL, D. (1999): *El periodista universal*, Siglo XXI, Madrid.
- RIVERA, J. B. (1995): *El periodismo cultural*, Paidós. Buenos Aires.
- RODRÍGUEZ, J. (2000): *Redacción periodística para la comunicación digital*, Universitas, Madrid.
- SÁNCHEZ C., L. (2008): Una revisión de los géneros periodísticos en la información especializada, *Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 6, 163-178.
- SÁNCHEZ, J. F. y LÓPEZ, F. (1998): Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma, *Comunicación y Estudios Universitarios*, 8, 15-35.
- SANTAMARÍA, L. (1990): *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*, Paraninfo, Madrid.
- SANTAMARÍA, L.; CASALS, M. J. (2000): *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*, Fragua, Madrid.

- SANTILLÁN, R. (2006): *El lenguaje en el periodismo de opinión*, Quipus, Quito.
- TAMAYO, E. (1988): *La caricatura editorial*. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- TEJEIRO, R. y LEÓN, T. (2009): Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión, Diálogos de la comunicación, *Revista Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, 78.
- TELLERÍA, E. (1986): Diccionario periodístico. Editorial Oriente, Santiago de Cuba.
- TORREGROSA, J. F. (2010): Modelos para el análisis documental de la fotografía. *Documentación de las Ciencias de la Información*, (33), 329-342.
- TUBAU, I. (1973a): *De Tono a Perich. El chiste gráfico en la prensa española de la posguerra, 1939-1969*, Ed. Fundación Juan March/Guadarrama.
- ULIBARRI, E. (1994): *Idea y vida del reportaje*, Editorial Trillas, México.
- YANES, R. (2004): El artículo, un género entre la opinión y la actualidad, *Revista Latina de Comunicación Social*, 58, La Laguna (Tenerife).

Capítulo 4

- ABC (2014): “Rajoy confirma la retirada de la ley del aborto de Gallardón”. Disponible en: www.abc.es/espana/20140923/abci-rajoy-aborto-201409231343.html
- BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES. 13 de marzo de 1980, p. 855-867. Congreso de los Diputados.
- BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES. 30 de diciembre de 1980, p. 868/23-868/38. Congreso de los Diputados.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (BOE), del 12 de julio de 1985. Número 166, p. 22041.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (BOE), del 4 de marzo de 2010. Número 55, p. 3514.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (BOE), del 22 de septiembre de 2015. Número 227. P. 10141.
- CORDINADORA ESTATAL DE ORGANIZACIONES FEMINISTAS DEL ESTADO ESPAÑOL (2007): *Interrupción voluntaria del embarazo. El derecho de las mujeres a decidir*, Madrid.
- DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO, 2 de abril de 1981, p. 9702-9710.
- DOMÍNGUEZ, A. (2007): La supresión de las causas de separación y divorcio en la ley 15/2005 y sus repercusiones en el Derecho Civil, *Revista Jurídica de Castilla y León*, 13, 57-58.
- EL PAÍS (2014): *Libro de estilo de El País*, Santillana Ediciones Generales, Madrid.
- EL PAÍS (2014): *Rajoy confirma la retirada de la ley del aborto por falta de consenso*. Disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2014/09/23/actualidad/1411473129_685551.html

- “INFORME DEL COMITÉ DE PERSONAS EXPERTAS SOBRE LA SITUACIÓN DE LA INTERRUPCIÓN VOLUNTARIA DEL EMBARAZO EN ESPAÑA Y PROPUESTAS PARA UNA NUEVA REGULACIÓN” (2009). Disponible en:

<<http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/INFORMECOMITE050309>.
- LINACERO, M. (2005): Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio, *Revista Nueva época*, núm. 2.
- MANFREDI, J. L. (2000): *Manual de producción periodística*, Editorial MAD, Sevilla .
- MÁRQUEZ, A. (2010): España y sus leyes sobre interrupción voluntaria del embarazo: contexto y actores, *Revista Revisiones*, México.
- MARTÍN, P. (2001): La ley del divorcio de junio de 1981 en perspectiva histórica, *Revista Espacio, Tiempo y Forma*, Historia Contemporánea, 14, p. 519-551.
- MINISTERIO DE JUSTICIA (2013): Anteproyecto de Ley Orgánica para la protección de la vida del concebido y de los derechos de la mujer embarazada, Gobierno de España, p. 1-5.
- MONTERO, J.; FLORS, J. y ARENAS, R., (2006): *Separación y divorcio tras la Ley 15/2005*, Tirant lo blanch, Valencia.
- MONTESINOS, N. (2006): Matrimonio y Homosexualidad, *Revista Feminismo/s*.
- PLATERO, Lucas (2015): *Anuario de Movimientos Sociales 2014*, Fundación Betiko.
- PROGRAMA ELECTORAL DEL PP A LAS ELECCIONES GENERALES (2011).
- PROGRAMA ELECTORAL DEL PSOE A LAS ELECCIONES GENERALES (1982).

- PROGRAMA ELECTORAL DEL PSOE A LAS ELECCIONES GENERALES (2004).
- PROGRAMA ELECTORAL DEL PSOE A LAS ELECCIONES GENERALES (2008).
- PSOE (2008): ENMIENDAS DEL 37 CONGRESO DEL PSOE. Disponible en:
<http://web.psoe.es/cordoba/news/205228/page/psoe-apuesta-por-consolidacion-la-laicidad-del-estado.html>
- RUBIDO, B. (2011): *Los medios tenemos la obligación de ser rentables*, ABC, del 24 de septiembre, p. 90.

Capítulo 5

- ABC (2013): *Principios, pensamientos y rigor: ABC*, 10 de noviembre.
- BELLOCH, S. (1998): Para acabar con Felipe González se llegó a rozar la estabilidad del Estado, en *Revista Tiempo*, 14 febrero, p. 825.
- CANEL, M. J.; ECHART, N.; BENAVIDES, J.; y VILLAGRA, N. (2006): *Los medios de comunicación, puentes para la representación política*, en Martínez, Antonia (ed.) *Representación y calidad de la democracia*. Tecnos, Madrid.
- CANEL, M. J. (1999): El País, ABC y El Mundo. Tres manchetas, tres enfoques de las noticias, *Revista Zer*, 6, 1999.
- CEBRIAN, J. L. (1976): *Ante la reforma*, en *El País*, 4 de mayo.
- CEBRIAN, J. L. (1976): *El País que queremos*, *El País*, 4 de mayo de 1976.
- CRUZ, J. (1996): *Una memoria de El País. 20 años de vida en una redacción*, Barcelona, Plaza y Janés editores.
- EDO, C. (1994): *La crisis de la prensa diaria*, Ariel Comunicación, Barcelona.
- EL PAÍS (2014): *Libro de Estilo*, Ediciones El País Madrid.
- EL PAÍS (2009): *Kosovo por dentro*, 26 de marzo de 2009.
- EL PAÍS (2016): *Carta abierta del director de EL PAÍS a la Redacción del periódico*. 3 de marzo. Disponible en:

(http://elpais.com/elpais/2016/03/03/actualidad/1457031570_991358.html).
- ERE EL PAÍS (2012): *El País despide a 129 trabajadores, incluidas grandes firmas*. Disponible en: (<http://www.ere-elpais.com/el-conflicto-de-el-pais-en-la-prensa-internacional/el-pais-despide-a-129-trabajadores-incluidas-grandes-firmas/>).
- LÓPEZ, V. (2001): *ABC ante la cuestión vasca en la Transición y la Democracia (1975-2001)*. Disponible en: <http://argonauta.revues.org/1197>.
- LUCA DE TENA, G. (1980): *Razones para una fidelidad*, en *ABC*, 2 de junio.

- MANFREDI, J. L. (2000): *Manual de producción periodística*, Editorial MAD, Sevilla.
- OLMOS, V. (2002): *Historia del ABC*, Plaza y Janés, Barcelona.
- SEGADO, F. (2009): El camino a las elecciones de 1977: El primer Gobierno de Adolfo Suárez en las viñetas de la prensa diaria, *Revista Hispania*, 232.
- SEOANE, M. C. (2004): *Una historia de El País y del Grupo Prisa*, Barcelona, Editorial Plaza y Janés.
- TUSSEL, J. (2005): *Dictadura franquista y Democracia, 1939-2004*, Crítica, Barcelona.

Capítulo 6

- ANDRÉU, J (2001): *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*, Fundación Centro Estudios Andaluces. Disponible en <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- ARUGUETE, N. y MUÑIZ, C. (2007): *El tratamiento informativo de las privatizaciones en Argentina. El caso Entel*, México, Universidad Autónoma de México.
- BARDIN, L. (1980): *L'Analyse de Contenu*, Presses Universitaires de France.
- BALLESTEROS, C. A. (2012): *Los marcos informativos del cannabis en la prensa española: Aplicación de las teorías del Framing y de la Agenda-setting*, Madrid. Universidad Complutense de Madrid.
- BERELSON, B. (1952): *Content Análisis in Communications Research*, Nueva York, Free Press, 1952, en ANDRÉU, J (2001): *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Fundación Centro Estudios Andaluces. Disponible en <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (1988): Ley de la televisión privada *Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada*, 108, 13666 a 13669.
- D'ADAMO, O.; GARCÍA, V.; FREIDENBERG, F. (2007): *Medios de comunicación y opinión pública*, Madrid, Mc Graw Hill.
- HOSTIL, O.R. (1969): *Content analysis for the social sciences and humanities*, Addison, Wesley.
- KRIPPENDORFF, K. (1997): *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Paidós Ibérica, Barcelona.
- McCOMBS, M. (ed. 2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (v.o. 2004), Barcelona, Paidós.
- PIÑUEL, J. L. (2002): *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Estudios de Sociolingüística, 3.

- PORTA, L., y SILVA, M. (2003): *La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa*. Disponible en <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf>.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1994): *Diccionario de la Real Lengua Española (DRAE)*, Madrid, Espasa Calpe.
- SEMETKO, H. A. y VALKENBURG, P. M. (2000): Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 2 (50), 93-109.
- VALKENBURG, P.; SEMETKO, H.; DE VREESE, C. (1999): The Effects of News Frames on Readers' Thoughts and Recall. *Communication Research*, 26, 550-569.
- YANES, R. (2004): *Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*, Madrid, Fragua.
- ZARCO, J. (2000): El análisis de Contenido Cualitativo de Prensa como Soporte Técnico para la Asesoría Política. *Investigación y Marketing*, 66, p. 52.

Resultados

- VALERA, L. (2014): *Agenda Building y frame promotion en la campaña electoral de 2011. La circulación del discurso entre partidos, medios y ciudadanos*, Universidad de Valencia. España.

Conclusiones

- CRUZ, J. (1996): *Una memoria de El País. 20 años de vida en una redacción*, Plaza y Janés editores, Barcelona, p. 83.
- DADER, J. L. (1990a): Las provincias periodísticas de la realidad. *Comunicación y Sociedad*, 1, p. 94.
- DELLE, F. (2013): Merkel gana, todos pierden. La importancia del frame estratégico en la campaña electoral alemana, *Revista El Molinillo. Asociación de Comunicación Política*, 58, 12-17.
- OLMOS, V. (2002): *Historia del ABC*, Plaza y Janés, Barcelona, 644-646.
- SANMARTÍ, J. M. (2001): Los nuevos mediadores en el periodismo político. *Binaria: Revista de comunicación, cultura y tecnología*, 1, 2001, 1579-1300.
- TÁBARA, J.D. y COSTELLÀ, M. (2001): *Las culturas del agua en la prensa española. Los marcos culturales en la comunicación sobre el Plan Hidrológico Nacional*, Universidad Autónoma de Barcelona.
- VAN GORP, B. (2007): The constructivist approach to framing: bringing cultura back in, en *Journal of communication*, 57, 60-78.
- YANES, R. (2004): El artículo, un género entre la opinión y la actualidad, *Revista Latina de Comunicación Social*, 58, p. 83.